

# Analyse und Bewertung des Bestellsystems „**BIN** – **B**urton **I**nternal **N**etwork“ der Firma Burton Sportartikel GmbH

**Autor:** Lisa Schlögl  
**Adresse:** Pirmingasse 4, 6020 Innsbruck  
**Matr. Nr.:** 24850  
**Fachbereich:** Internationales Management  
**E-Mail:** lisa.schloegl@gmx.net  
**Eingereicht:** 31. Juli 2012  
**Bearbeitung:** ca. 2 Monate

---

Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences

*Erster Prüfer:* Prof. Dr. rer. pol. Ulla Meister    *Zweiter Prüfer:* Prof. Dr. Holger Meister

# Inhaltsverzeichnis

1. Inhaltsverzeichnis .....	S. 1
2. Einleitung .....	S. 4
2.1. Zu meiner Person .....	S. 4
2.2. Geschichte des Snowboardens .....	S. 6
3. Burton .....	S. 8
3.1. Geschichte von Burton .....	S. 8
3.2. Burton History Timeline .....	S. 12
3.3. Die Marken der Firma Burton .....	S. 14
4. SAP .....	S. 17
4.1. Geschichte der Firma SAP .....	S. 17
4.2. Wer nutzt SAP? .....	S. 21
5. BIN .....	S. 22
5.1. Beschreibung .....	S. 22
5.2. Generelle Übersicht .....	S. 24
5.3. Detaillierter Einblick .....	S. 28
5.3.1. Shop .....	S. 28
5.3.2. Bestellungen .....	S. 32
5.3.3. Mein Konto .....	S. 33
5.3.4. Service .....	S. 35
5.3.5. Berichte .....	S. 38
5.3.6. Marketing .....	S. 40

5.4. Die Vorteile und Nachteile des BINs.....	S. 41
5.4.1. Vorteile/Nachteile für Händler .....	S. 41
5.4.2. Vorteile/Nachteile für Vertreter .....	S. 42
5.4.3. Vorteile/Nachteile für Mitarbeiter .....	S. 42
6. Dealer Service .....	S. 43
6.1. Die Aufgaben des Dealer Services .....	S. 43
6.2. Die Vorteile und Nachteile des Dealer Services .....	S. 44
7. Business-to-Business Marketing .....	S. 45
7.1. Was ist B2B Marketing? .....	S. 45
7.2. Warum ist B2B Marketing so wichtig? .....	S. 57
8. Fazit .....	S. 58
9. Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen und Fremdwörter .....	S. 60
10. Erklärung.....	S. 61
11. Danksagung .....	S. 62

## **Zu meiner Person:**

Mein Name ist Lisa Kristin Schlögl und ich wurde am 25. Jänner 1986 in Innsbruck geboren. Meine Mutter Anna-Karin stammt aus Schweden, lebt aber schon seit den 70er Jahren in Innsbruck, und arbeitet als Medizinisch Technische Analytikerin auf der Universitätsklinik Innsbruck. Mein Vater ist aus Innsbruck und hat seit seinem 18. Lebensjahr für die Österreichische Post gearbeitet und ist seit 2012 pensioniert.

Nachdem ich 2006 an der Handelsakademie Innsbruck maturiert habe, beschloss ich für ein halbes Jahr nach Australien zu gehen um mir darüber klar zu werden was ich in Zukunft aus meinem Leben machen will. Ich hatte zwar eine der besten Zeiten meines Lebens, aber wirklich schlauer war ich danach auch nicht.

Da schien es wie ein Wink des Schicksals, dass eine ehemalige Schulkollegin mich anrief und mich fragte ob ich Interesse an einem Job bei Burton Snowboards hätte, da sie jemanden suchten der fließend Englisch und Schwedisch kann und gute PC Kenntnisse hat.

Gesagt getan – ich habe mich beworben und die Stelle im Dealer Service für Großbritannien, Schweden, Irland, Polen und die Tschechische Republik bekommen und im Mai 2007 im Büro in der Hallerstrasse 111 angefangen.

Meine Hauptaufgabe war der Kontakt zu unseren Kunden, das heißt die Geschäfte die Burton-Artikel verkaufen, und den Vertretern die wir in den jeweiligen Ländern haben.

Und dies waren meine Aufgabenbereiche im Detail:

- Bestellungen von Kunden eingeben
- Reklamationen annehmen und beim Kunden abholen lassen
- Rechnungen korrigieren falls nötig
- Lieferungen verfolgen und avisieren lassen
- Vorbestellungen für die nächste Saison eingeben und kontrollieren
- Fragen zu Preisen, Artikeln, Verfügbarkeit beantworten
- Allgemeine Fragen zu unseren Produkten oder unserer Firma beantworten

Im Jänner 2010 habe ich mich zufällig mit einer Arbeitskollegin über ihr Studium, das sie auch über Ingenium abgeschlossen hat, unterhalten und mir gedacht, dass mich die Art und Weise dieses Studiums auch sehr interessieren würde, da ich meinen Job nicht aufgeben und auch nicht Stunden kürzen wollten und das System über Ingenium die perfekte Lösung war.

Im März 2011 war ich gemeinsam mit meinen Kommilitonen in Mittweida um die Hochschule zu besuchen und habe dabei Frau Prof. Dr. rer. pol. Meister kennengelernt und sie gebeten meine Bachelorarbeit zu betreuen.

Ich muss zugeben, dass ich Anfangs nicht wusste über was ich meine Abschlussarbeit schreiben sollte, aber gemeinsam haben wir uns dann das Thema „Analyse und eventuelle Verbesserung des Bestellsystems der Firma Burton Sportartikel GmbH“ erarbeitet.

# Geschichte des Snowboardens

Alles begann an einem Weihnachtsmorgen im Jahre 1965 als Sherman Poppen aus seinem Haus in Muskegon, MI, ging und die schneebedeckten Hügel um ihn herum sah. Seine Frau, damals hoch schwanger, schickte ihn mit den zwei Töchtern in den Garten und beauftragte ihn mit müden Kindern wieder zurückzukommen. Gesagt getan – ein Wintersportgerät für die zwei Kleinen muss her.

Sherman schnappte sich ein paar alte Skier aus dem Schuppen und schraubte sie zusammen, befestigte noch eine Schnur an der Spitze, stellte sich selbst darauf und gleitete über den ersten Hügel – der SNURFER war geboren.

Sechs Monate später und nachdem er dutzende Snurfer für die Kinder aus der Nachbarschaft gebastelt hatte, meldete Poppen die Idee bei Brunswick Manufacturing an und über 10 Jahre hinweg wurden mehr als 1 Mio. Snurfer produziert und in Sport- und Spielwarengeschäften verkauft.

Wie bei jeder Erfindung die schnell berühmt wird und aus der man Geld schlagen kann gibt es einige Gerüchte wer der wirkliche Erfinder ist und es haben sich einige Spekulationen dazu aufgetan, aber der Snurfer ist die einzige von ihnen die wirklich bewiesen werden kann.

Einige Größen des Snowboardens wie Jake Burton (Gründer von Burton Snowboards), Demetrije Milovich (Gründer von Winterstick Snowboards) und Chris Sanders (Gründer von Avalanche Snowboards) erinnern sich noch heute gerne an ihre ersten Versuche auf dem Snurfer.

So begann jeder auf seine eigene Art und Weise das frühe Snowboard weiterzuentwickeln und ihm den für die jeweilige Marke bekannten Touch zu geben.

Es dauerte nicht lange da wurde das Snowboarden auch zu einem Hype in Europa und eine Gruppe aus Frankreich – frühe Pioniere des Wintersports – begann die ersten Magazine nur dem Snowboarden zu widmen wie z.B. *Absolutely Radical* und *International Snowboard Magazine*.

In den späten 70ern und 80ern galt Snowboarden als ein Trend der schnell wieder vorübergehen wird und sogar am Anfang der 90er Jahre rangen Snowboarder immer noch um Akzeptanz in den Schigebieten. Stereotypen wie „Rowdies auf der Piste“ und „vor Snowboardern muss man sich in Acht nehmen“ gingen die Runde doch

schon bald erkannten auch die Resorts in Europa, dass der Sport stetig an Zuwachs gewann und man auch mit Snowboardern gutes Geld verdienen konnte.

Im Jahre 1998 debütierte Snowboarden zum ersten Mal bei den Olympischen Spielen in Nagano, Japan, und bewies damit letztendlich, dass es sich nicht um eine Trendsportart handelt, sondern Snowboarden gekommen war um zu bleiben.

In Salt Lake City, GA, USA, gehörten die Snowboardwettkämpfe bereits zu den Populärsten und auch die Medien begannen immer mehr darüber zu berichten. Burton Teamrider Kelly Clark gewann damals ihre erste olympische Goldmedaille im Halfpipewettbewerb auf heimischen Boden.

Die konstante Weiterentwicklung des Snowboardsports ist nicht nur in den eigentlichen Snowboards und deren Technologie oder den verschiedenen Outerwear-Trends zu sehen sondern auch in den Magazinen, der Werbung und den Competitions.

Veranstaltungen wie die Burton Global Open Series, die Arctic Challenge und die X-Games sorgten für volle Stadien und Snowboardparks weltweit und kombinierten die sportlichen Leistungen der Athleten meist mit einem berühmten Musik-Act zum Abschluss.

Sponsoring ist ein wichtiges Thema in der Snowboardindustrie, was weiter zum Wachstum des Snowboardens beiträgt, da es jungen Leuten erlaubt sich voll und ganz auf ihre sportliche Karriere zu konzentrieren, dem Schnee hinterher zu reisen und dabei die Welt zu sehen und für Kids ein Vorbild zu sehen.

Obwohl Snowboarden schon einigen Veränderungen unterlaufen ist, sei es Technologie, sei es Trends oder Kosten – der wahre Kern des Sports ist immer der gleiche geblieben. Es geht darum mit seinen Freunden verantwortungsvollen Spaß zu haben und das Gefühl beim Gleiten über frisch geschneiten Schnee zu genießen.

# BURTON

## Geschichte der Firma Burton

Mit dem Namen Jake Burton Carpenter verbindet man in der Wintersportbranche unwillkürlich die Personifizierung des Snowboardens; um aber eine nüchterne Lebensgeschichte von Jake schreiben zu können muss man sich von der Vergötterung lösen und seine holprige Vergangenheit in Augenschein nehmen.

Jake Burton Carpenter wurde am 29. April 1954 in New York City geboren und verbrachte seine Kindheit in Cedarhurst, Long Island. Die ersten Erfahrungen mit dem Schifahren machte Jake im Alter von 7 Jahren auf dem kleinen „Birch Hill“ außerhalb von NYC. Das machte ihm so sehr Spaß, dass er sich entschied auf die Marvelwood School in Connecticut zu gehen, berühmt für ihr Engagement im Schisport. Nach dem Abschluss wurde er auf der University of Colorado eingeschrieben mit der Absicht in das NCAA Champion Skiteam aufgenommen zu werden. Doch genau zu Semesterbeginn brach er sich sein Schlüsselbein innerhalb von 2 Wochen ohne dabei auch nur ein einziges Mal die Schier anzuschnallen. Damit war die Schifahrerkarriere Geschichte und ein neues Hobby musste her.

Jake Burton begann in Virginia und New York reinrassige Pferde zu züchten und zu trainieren; dann ging er auf die New York University um Volkswirtschaft zu studieren. Sein kaufmännisches Wissen holte er sich aus der Praxis. Zunächst gründete er mit einem Freund an der High School eine Gärtnerei – die einzige Investition waren ein alter Kastenwagen, ein paar Rechen und Abfallsäcke. Nach einem kurzen Abstecher als Assistent bei einer Firma in der Park Avenue fühlte sich Jake reif genug um seine eigene Firma zu gründen.

Der sogenannte „Snurfer“ – ein Vorgänger des klassischen Snowboards der im Jahre 1965 von Sherman Poppen aus 2 zusammengeschraubten Kinderschiern konstruiert wurde – hatte die Aufmerksamkeit von Jake erlangt und so begann er diesen mit Hilfe eines kleinen Erbes seiner verstorbenen Mutter weiterzuentwickeln.



1977 war es dann soweit, Jake ging nach Londonderry, Vermont, und gründete Burton Snowboards. Er stellte zwei Verwandte und einen Freund ein; doch dieser und noch ein oder zwei weitere Fehler sorgten dafür, dass er nach kurzer Zeit mit 100.000\$ verschuldet war.

Deshalb ging Jake für den Sommer nach New York City zurück um dort in der Nacht als Kellner und am Tag als Tennislehrer Geld zu verdienen.

Ohne Geld für Angestellte war Jake jetzt alleine, wollte seinen Traum als Snowboardhersteller und –weiterentwickler aber nicht aufgeben. Deshalb blieb ihm nichts anderes übrig als alles selbst zu machen. „Wenn auf dem Board *Jake Burton Carpenter* stand war es tatsächlich von mir persönlich gefertigt. Die Qualität war wirklich gut und das Herstellen hat mir immer Spaß gemacht“ sagt Jake in seiner Biografie.

Eine Unzahl von Testfahrten im freien Gelände waren nötig um die ersten serienreifen Boards zu entwickeln: das ging vom schmalen Holzbrett über surfboardähnliche Fiberglassboards bis hin zu Pulverschnee-Maschinen mit einem Schwalbenschwanz.

Als Jakes Frau Donna, die unabsichtlich ein wichtiger Teil des Unternehmens wurde, mit ihm nach Vermont zog, begann Jake die Snowboards aus seiner Garage zu verkaufen; der Schuppen war die Produktionsstätte, der 1. Stock des Wohnhauses das Lager, das Esszimmer wurde zum Büro umfunktioniert und das Wohnzimmer wurde als Schaumraum genutzt. Wenn jemand die gebührenfreie Nummer anrief, dann läutete es im Schlafzimmer.

Einer der Schlüssel zum Erfolg von Burton Snowboards waren sicher Jakes Bemühungen das Snowboarden als Wintersport zu etablieren. Zu Beginn waren die Schigebiete nicht sehr begeistert und das Snowboarden wurde erst nach und nach erlaubt. Bis heute gibt es in den USA drei Resorts die das Snowboarden verbieten - Mad River Glen, VT, Alta und Deer Valley Restort, UT.

Da Jake nun einen neuen Markt geschaffen hatte, lies die Konkurrenz nicht lange auf sich warten. Doch er begriff schnell, dass er sich nun vermehrt um die Entwicklung und Vermarktung der Burton Produkte kümmern muss.

Als Ergebnis einer Europareise, während der sich Jake Burton mit verschiedensten Schiproduzenten traf, wurden Stahlkanten und P-Tex Beläge zu der Standardausrüstung seiner Boards. Und er wurde sich über die Möglichkeiten des Europäischen Marktes bewusst und beschloss daher im Juni 1986 zusammen mit Hermann Kapferer, Geschäftsführer der Burton Sportartikel GmbH, das Headquarter für Europa in Innsbruck zu gründen.

Seine ersten Schwünge auf einem Snowboard machte Hermann 1985. Jake Burton war damals sein Lehrer und seit diesem Tag verbindet die beiden eine Freundschaft, die trotz, oder gerade wegen der vielen Jahre gemeinsamer Anstrengungen den Snowboardsport weiterzubringen, immer noch anhält.

Eigentlich haben sich die beiden auf einer Messe, der SIA in Las Vegas, 1985 zum ersten mal getroffen. Hermann war in seiner Tätigkeit als Speditionskaufmann unterwegs und sollte unter anderem einem gewissen Jake Burton ein Muster-Board übergeben, das dieser in Europa hatte fertigen lassen. Der Burton Stand war eigentlich kein Stand, sondern man hatte sich eine kleine Ecke eingerichtet. Lange Rede, kurzer Sinn: „Man merkt sofort, wenn einem etwas Besonderes mit einem anderen Menschen verbindet“, so Hermann. Und wieder zurück in Innsbruck erhielt er 4 Wochen später einen Brief von Jake, in dem dieser anfragte, ob Hermann es sich vorstellen könnte, die Distribution von Burton in Europa gemeinsam mit Jake und seiner Frau Donna aufzubauen. Hermann stimmte zu und schlug Innsbruck als Hauptsitz vor. Hier hatte man eine gute Infrastruktur, einen Flughafen und vor allem Berge. Die Weichen waren gestellt; Jake und Donna kamen nach Innsbruck um mit Hermann alle weiteren Details zu besprechen.

1985 wurden dann die ersten Burton Boards nach Österreich, Deutschland, Frankreich, Norwegen und in die Schweiz exportiert. Ein Jahr später schließlich gründeten Jake, Donna und Hermann die Burton Sportartikel GmbH. Während Donna sich um die Fakturierung und den Export kümmerte, war Jake für Verkauf und

Marketing zuständig. Hermann wurde Geschäftsführer und damit verantwortlich für das Rechnungswesen.

Das Ziel, das es zu verfolgen galt, lautete: Das Snowboarden in seiner Faszination als Sport bekannt zu machen. Eine Zielsetzung, die Burton bis zum heutigen Tag hochhält. Innerhalb von 2 Jahren belieferte Burton 30 europäische Länder, um die Marke Burton flächendeckend zu etablieren.

Ab 1995 machte die Burton Sportartikel GmbH einen gewaltigen Sprung nach vorne. Die gesamte Distributionsschiene wurde umgestellt. Man verkaufte nicht mehr über Importeure, sondern direkt an die Händler. Ein verbessertes Verkaufsergebnis durch noch größere Nähe zu den einzelnen Märkten und eine verbesserte Präsenz waren schließlich die Früchte dieser Umstellung.

Heute muss Hermann Kapferer sich nicht mehr um das Rechnungswesen kümmern, sondern kann sich voll und ganz seiner Aufgabe als Geschäftsführer widmen und wird von ca. 100 Mitarbeitern aus 12 verschiedenen Ländern unterstützt.

Die Burton Sportartikel GmbH ist eine Tochtergesellschaft von Burton in den USA, genauso wie Burton Japan in Urawa. Ziel war es immer, als ein Unternehmen auf drei Kontinenten empfunden zu werden, d.h. dass zwar auf einen einheitlichen Markenauftritt geachtet wird, dies allerdings unter Berücksichtigung der speziellen Bedürfnisse der einzelnen Regionen.

## Burton History Timeline

- 1977 – Jake gründet Burton Snowboards in Londonderry, Vermont, USA, in seiner Garage und das 1. Snowboard „Backhill“ wird entwickelt und produziert
- 1981 – Jake übersiedelt die Fabrik von Londonderry nach Manchester, VT.
- 1982 – Die „National Snowboarding Championships“ werden in Suicide Six, VT, von Paul Graves organisiert. Jake und seine Crew nahmen mit dem neuesten Burton Equipment teil und gewannen. Dieser Event wurde ab diesem Zeitpunkt jährlich im März in Stratton Mountain, VT, unter dem Namen „Burton US Open“ abgehalten und gehört noch heute zu einem der wichtigsten Snowboardwettkämpfe.
- 1983 – Sowohl Breckenridge, CO, und Stratton Mountain, VT, erlauben Snowboarder in den Resorts. Stratton Mountain verlangt eine Art „Führerschein“ um sicher zu gehen, dass es der Snowboarder auch wieder runter schafft.
- 1984 – Jake entwickelt die erste Burton Kollektion für Snowboardbekleidung und verlegt den Hauptsitz in ein größeres Gebäude.
- 1985 – weniger als 5% aller Schigebiete in den USA erlauben das Snowboarden.
- 1986 – Das Hauptquartier für Europa wird in Innsbruck eröffnet.

Die ersten Burtonprodukte werden mittels eines Distributors in Australien und Neuseeland auf den Markt gebracht.

Über 1.000 Retailer verkaufen Produkte von Burton Snowboards.

- 1992 – die Burton-Fabrik zieht um nach Burlington, VT, und zählt 104 Mitarbeiter.
- 1994 – das Büro in Urawa in Japan öffnet seine Tore
- 1996 – Burton gründet R.E.D. Protection und produziert Helme und Protektoren.  
95% der amerikanischen Schiresorts erlauben das Snowboarden.
- 1998 – Burton lässt unter der Marke Gravis Schuhe, Taschen und Asseccoires produzieren die ihre Inspiration und ihr Design im Snowboard- und Surflifestyle findet  
  
Snowboarden wird in Nagano, Japan, zum ersten Mal olympisch
- 2001 – Anon Optics wird vorgestellt und produziert qualitativ sehr hochwertige Snowboard- und Sonnenbrillen her.
- 2003 – Mit Analog will Burton auch den Streetwear Markt erobern und verlegt die Marken Analog und Gravis nach Südkalifornien.
- 2005 – der erste Flagshipstore von Burton wird in New York City eröffnet.
- 2006 – Ein erfolgreiches Jahr für Burton da gleich 2 Teamfahrer bei den Olympischen Spielen in Turin, Italien, Gold für die USA gewinnen – Hannah Teter und Shaun White.  
  
Burton kauft den Surfboardhersteller Channel Islands in Santa Barbara, CA.
- 2007 – die Burton US Open feiern ihr 25. Jubiläum in Stratton Mountain. Burton Teamfahrer Kelly Clark und Shaun White gewinnen den Halfpipe-Wettkampf.

## Die verschiedenen Marken von Burton Snowboards



Unter dem Markennamen *Burton* werden Snowboards, Bindungen, Boots, Outerwear, Streetwear und Accessoires produziert.



Rider Engineered Devices – so die Abkürzung – entwickelt und verkauft Helme für Männer, Frauen und Kinder und diverse Protektoren wie Gelenks-, Ellbogen- und Rückenschützer.



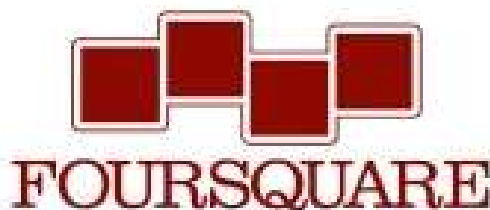
Gegründet in 2001 wurde Anon schnell einer der Marktführer im Bereich der Snowboardbrillen (perfekt abgestimmt auf die Helme von R.E.D.) und später auch Sonnenbrillen.

# GRAVIS

Seit 1998 versteht man unter Gravis einen Vorreiter in Sachen Lifestyle Produkten wie Schuhen und Taschen die vom Snowboard-, Skate- und Surfsport inspiriert wird.

# Analog

Outerwear und Streetwear Marke die mehr von dem alternativen Snowboarder aber auch Skateboarder beeinflusst wird.



2004 von Burton übernommen wurden die Marken Forum, Foursquare und Special Blend unter dem Namen The Program\* schnell zu einer günstigeren aber nicht minderwertigeren Alternative zu Burton und hat immer noch den Ruf einer „Corebrand“.



DNA ist die Distribution von 2 Skate-Marken namens Habitat und Alienworkshop die sich voll und ganz auf Skateboards und Skateschuhe konzentrieren. Diese Marken waren nur ca. 4 Jahre in Besitz von Burton da sie Anfang 2012 an Rob Dyrdek – einen der erfolgreichsten Teamfahrer von Alien Workshop – verkauft wurde.



Al Merrick, Gründer von Channel Islands und Langzeitfreund von Jake Burton, geriet 2005 in wirtschaftliche Schwierigkeiten und stand kurz davor Channel Islands Surfboards aufzugeben. Jake Burton beschloss daher 2006 CI Surfboards zu übernehmen, dem Unternehmen wieder auf die Beine zu helfen und konnte dieses 2011 wieder an Al Merrick in gutem Zustand übergeben.



# SAP

## Die Geschichte der Firma SAP

(Quelle: SAP AG – [www.sap.com](http://www.sap.com))

Die Anfangsjahre 1972 - 1981

### 1972

Fünf ehemalige IBM-Mitarbeiter gründen das Unternehmen SAP Systemanalyse und Programmentwicklung mit Sitz in Weinheim und einem Büro in Mannheim.

Die gemeinsame Vision: Standard-Anwendungssoftware für die Echtzeitverarbeitung („Real Time“) zu entwickeln.

### 1973

Die erste Finanzbuchhaltung (System RF) wird fertiggestellt.

### 1975

Unternehmen können mit SAP-Software auch den Einkauf, die Bestandsführung und die Rechnungsprüfung abdecken (System RM).

Die Besonderheit von SAP: Die Daten der Materialwirtschaft gehen wertmäßig in die Finanzbuchhaltung über – Rechnungsprüfung und Buchungen können in einem Arbeitsgang erledigt werden.

### 1977

Verlegung des Firmensitzes von Weinheim nach Walldorf

SAP installiert ihr System zum ersten Mal bei Kunden außerhalb von Deutschland: In Österreich setzen zwei Unternehmen auf SAP-Software.

### 1978

Für den Landmaschinenhersteller John Deere erstellt SAP eine französische Version der Buchhaltung.

### 1979

Das erste „Rechenzentrum“ der SAP befindet sich im Bau.

### 1980

SAP bezieht das erste eigene Gebäude in der Max-Planck-Straße im Walldorfer Gewerbegebiet.

Die Auftragsentwicklung System RV erweitert die bisherige Software.

## **1981**

Erster Messeauftritt auf der IT-Messe Systems in München

Rund 200 Unternehmen nutzen SAP-Software; in Zusammenarbeit mit den Kunden wird die Produktpalette um die Fertigungssteuerung erweitert.

## **1984**

Neuentwicklung der Module RK (Kostenrechnung), PPS (Produktionsplanung und -steuerung) und RP (Personal)

In Biel (Schweiz) wird die SAP (International) AG gegründet.

## **1986**

In Österreich wird die erste SAP-Landesgesellschaft gegründet.

Mit 300 Mitarbeitern wird beim Umsatz die 100-Millionen-Mark-Grenze erreicht.

Nach dreijähriger Entwicklungszeit steht den Kunden auch SAP-Software für den Bereich Personalwirtschaft zur Verfügung.

Erster Auftritt auf der CeBIT in Hannover

## **1987**

Mit neuen Rechnergenerationen von IBM steht die SAP-Software zukünftig auch mittelständischen Kunden zur Verfügung; zur Betreuung dieses Kundenkreises wird die SAP Consulting gegründet.

Beginn der Entwicklung von SAP R/3

## **1988**

Umwandlung der SAP GmbH in eine Aktiengesellschaft und offizieller Börsengang

Gründung weiterer Landesgesellschaften, unter anderem in den USA

Dow Chemicals ist der 1000. Kunde.

## **1990**

Mit einer 50-prozentigen Beteiligung am Softwareunternehmen Steeb und der vollständigen Übernahme des Softwarehauses CAS stärkt die SAP ihr Engagement im Mittelstand.

Mit über 1.700 Mitarbeitern wird die Umsatzmarke von 500 Millionen DM überschritten.

**1991**

SAP präsentiert auf der CeBIT erste Anwendungen des Systems R/3.

Mehr als 2.200 Kunden in 31 Ländern arbeiten mit SAP-Software.

**Von 1992 - 2001****1992**

allgemeine Marktfreigabe für R/3

SAP verstärkt Partnerstrategie.

**1993**

SAP beginnt die Zusammenarbeit mit Microsoft.

japanische SAP-R/3-Version

**1995**

SAP verstärkt Vertriebsaktivitäten im Mittelstandsmarkt.

Aufnahme der SAP-Aktie in den Dax

**1996**

SAP stellt gemeinsam mit Microsoft ihre Internetstrategie vor: Internet-Anwendungen können über offene Schnittstellen mit R/3 gekoppelt werden.

**1997**

Die Mitarbeiterzahl erhöht sich um 40 Prozent auf fast 13.000 Mitarbeiter.

**1998**

Dietmar Hopp und Klaus Tschira scheiden aus dem Vorstand aus. Henning Kagermann wird neben Hasso Plattner zweiter Vorstandssprecher.

Gang an die Börse in New York (NYSE)

**2000**

Mit der E-Business-Plattform mysap.com können Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner unternehmensübergreifend und erfolgreich zusammenarbeiten - jederzeit und überall.

**2001**

SAP erweitert mySAP.com zu einer umfassenden Technologie für Unternehmensanwendungen und schafft eine Architektur, mit der Unternehmen verschiedenste IT-Systeme integrieren können.

**2002**

SAP ist der weltweit drittgrößte unabhängige Softwareanbieter.

**2003**

Hasso Plattner scheidet aus dem Vorstand aus.

**2004**

SAP bringt die erste Version von SAP NetWeaver 04 auf den Markt.

**2006**

SAP gibt die generelle Verfügbarkeit von SAP ERP bekannt.

**2007**

Léo Apotheker wird stellvertretender SAP-Vorstandssprecher.

SAP stellt die On-Demand-Lösung für mittelständische Unternehmen SAP Business ByDesign vor.

**2008**

SAP schließt die Integration von Business Objects erfolgreich ab.

Léo Apotheker wird zum Vorstandssprecher neben Henning Kagermann.

**2009**

SAP stellt SAP Business Suite 7 vor.

Henning Kagermann verlässt die SAP, Léo Apotheker wird alleiniger Vorstandssprecher der SAP.

**2010**

Im Februar ernennt der SAP-Aufsichtsrat Bill McDermott und Jim Hagemann Snabe zu gleichberechtigten Vorstandssprechern.

Übernahme von Sybase, einem führenden Anbieter von Unternehmens- und Mobilitätssoftware für das Management, die Analyse und Mobilisierung von Informationen.

Erster Blick auf die In-Memory-Technologie, die eine neue Ära der Echtzeitverarbeitung in Geschäftsanwendungen ermöglicht

## **2011**

Erste Kunden setzen das In-Memory-Produkt SAP HANA produktiv ein.

SAP erzielt mit einem Umsatz von mehr als 14 Milliarden Euro und einem Gewinn von mehr als 4 Milliarden Euro das bisher beste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte.

## **2012**

SAP schließt die Übernahme von SuccessFactors, einem der führenden Anbieter von Cloud-Anwendungen, ab.

## **Wer nutzt SAP?**

(Quelle: [www.bulme.at](http://www.bulme.at))

SAP in Österreich sind z.B. Andritz, AT&S, austriamicrosystems, AVL, Swarovski, Energie AG Oberösterreich, Energie Steiermark AG, Greiner Packaging, Lenzing, Mobilkom, Mondi, OMV, Post, Palfinger, Sappi, Sattler, Spar, T-Mobile, Telekom Austria, Verbund, Voest, Vorwerk, Wien Energie, Wienerberger usw.

# BIN

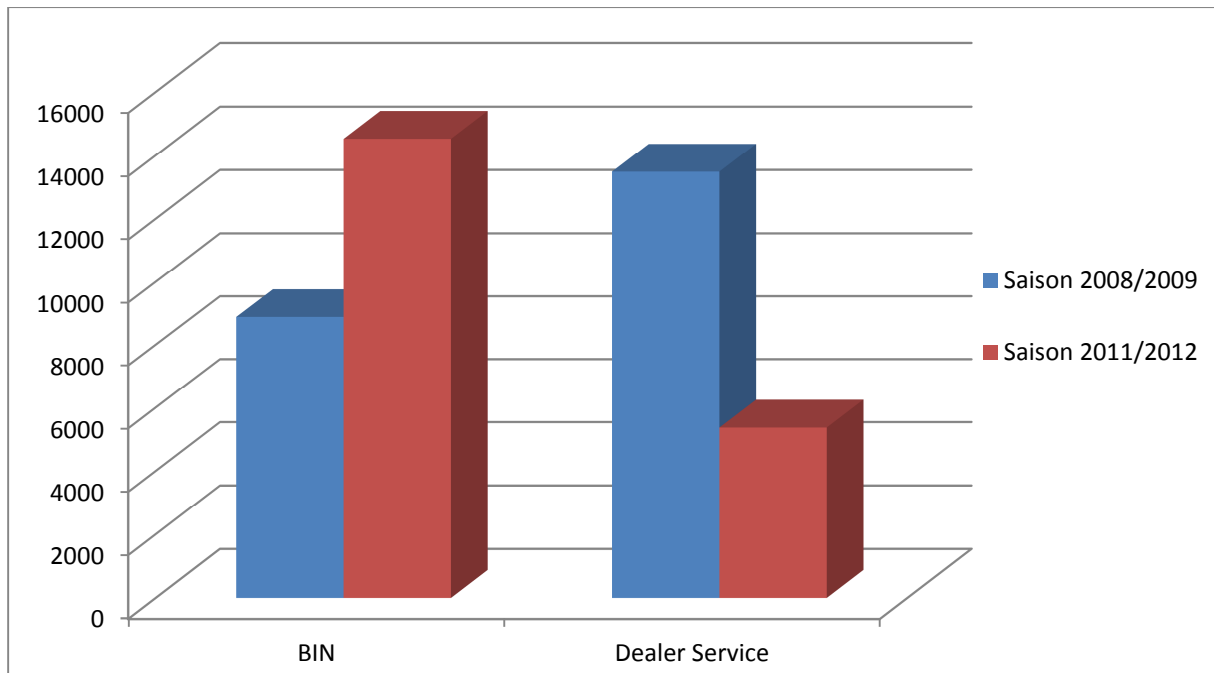
## Was ist der BIN?

BIN steht für **B**urton **I**nternal **N**etwork und ist ein Verkaufs- und Marketingtool für die Kunden der Firma Burton Snowboards. Auf Grund der hohen Nachfrage nach Produkten von Burton und wegen der immer stetig steigenden Zahl an Kunden in den USA, Europa und Asien wurde der BIN gemeinsam von Mitarbeitern der Firma SAP und Burton entwickelt.

Somit haben sowohl Kunden, als auch Vertreter, Distributoren und Mitarbeiter von Burton die Möglichkeit den aktuellen Lagerstand abzufragen, Rechnungen und Lieferscheine zu drucken und vieles Mehr.

Ein Meilenstein in Sachen Arbeitserleichterung und effizienter Nutzung des BINs ist der Preseason-Upload – das heißt die Vertreter erhalten eine Excel Datei in der sie jede Bestellung für die nächste Saison eingeben können. Anstatt diese Datei dann an den Dealer Service zu schicken der sie über SAP hoch lädt kann er die Datei über den BIN uploaden und hat sofort eine Übersicht über die Mengen und Summen die ein Kunde bestellt hat bzw. welcher Kunde weniger/mehr als letzte Saison bestellt hat und welcher noch gar nichts bestellt hat.

Die Statistik aus SAP zeigt, wie viele solche Preseason-Bestellungen (also Vorbestellungen) in der Saison 2008/2009, in der der BIN Upload noch in seinen Startlöchern stand , und der Saison 2011/2012, dort wird deutlich, dass über 70% der Bestellungen von den Vertretern selbst über den BIN geladen wurden.



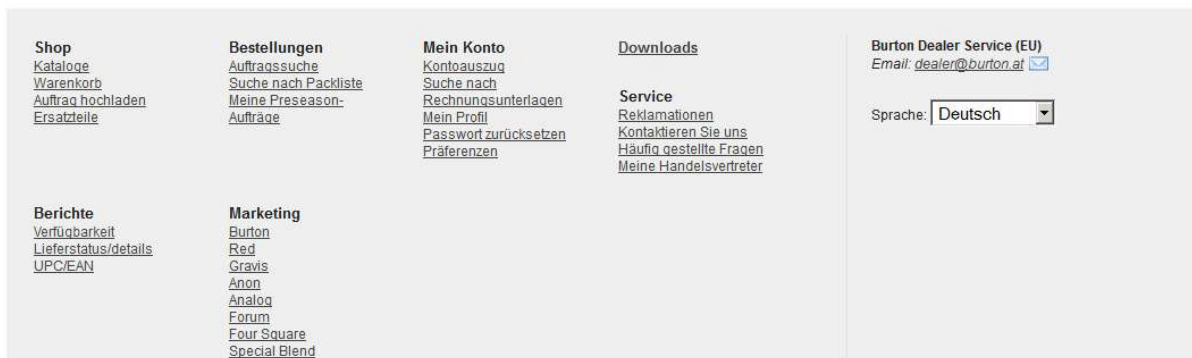
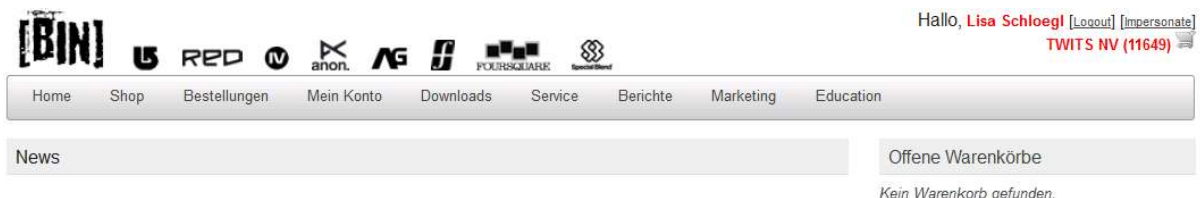
# BIN

## Burton Internal Network

### GENERELLE ÜBERSICHT

#### HOME

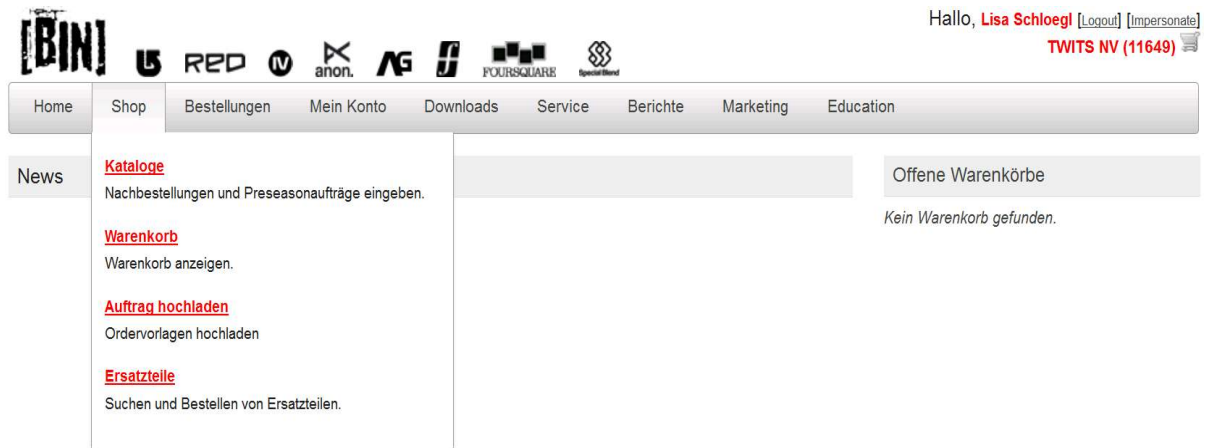
Auf der Startseite des BINs werden wöchentlich neue Angebote veröffentlicht, die die Kunden auf Rabatte oder sonstige Verkaufspakete aufmerksam machen sollen; weiters werden markenspezifische Neuigkeiten wie neue Kollektionen oder Änderungen an Produkten vorgestellt.





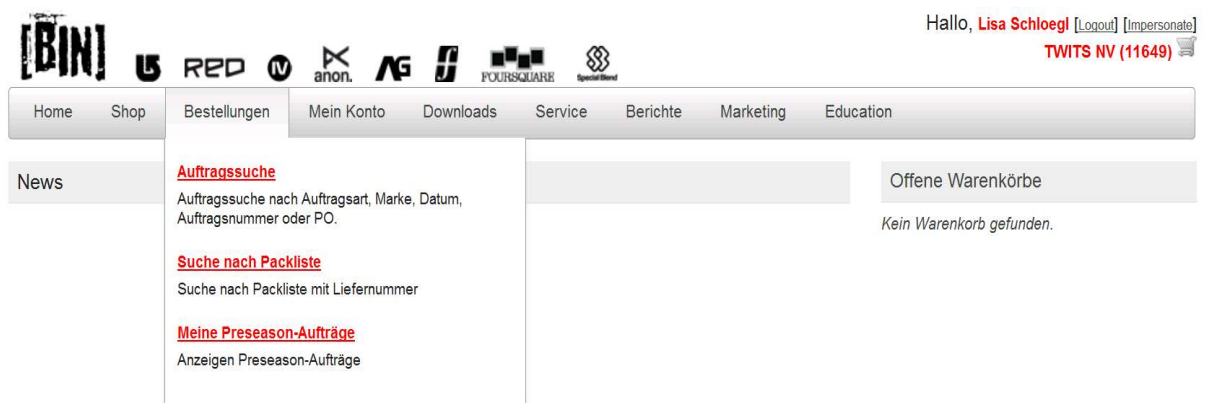
## SHOP

Unter der Rubrik „SHOP“ kann der Kunde auswählen ob er eine Bestellung tätigen will, seinen Warenkorb bearbeiten will (falls er schon Bestellungen gemacht hat diese aber noch nicht abgeschickt hat) oder Ersatzteile bestellen will.



## BESTELLUNGEN

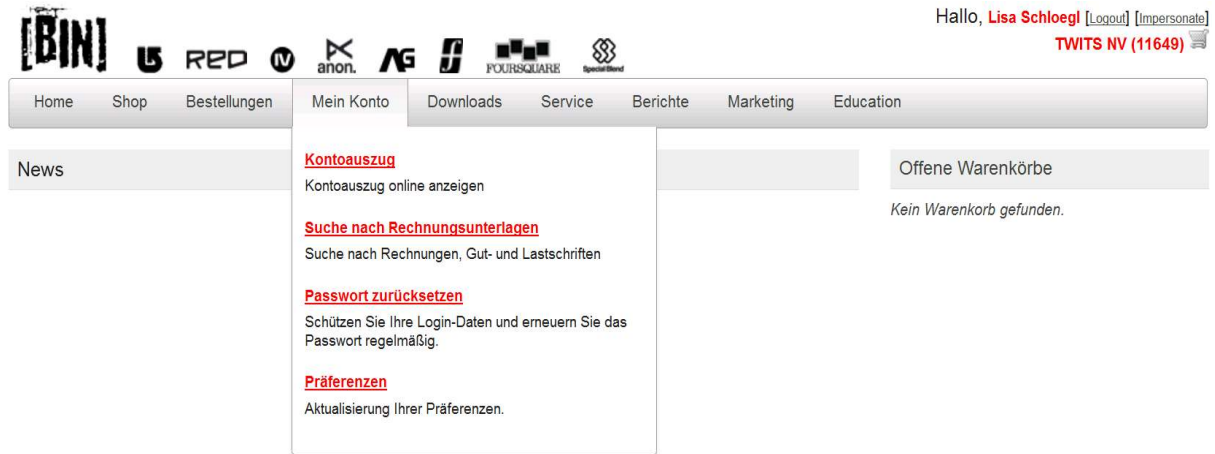
Klickt man auf „BESTELLUNGEN“ so kann der Kunde nach Aufträgen oder Lieferscheinen suchen von bereits erledigten Bestellungen.



## MEIN KONTO

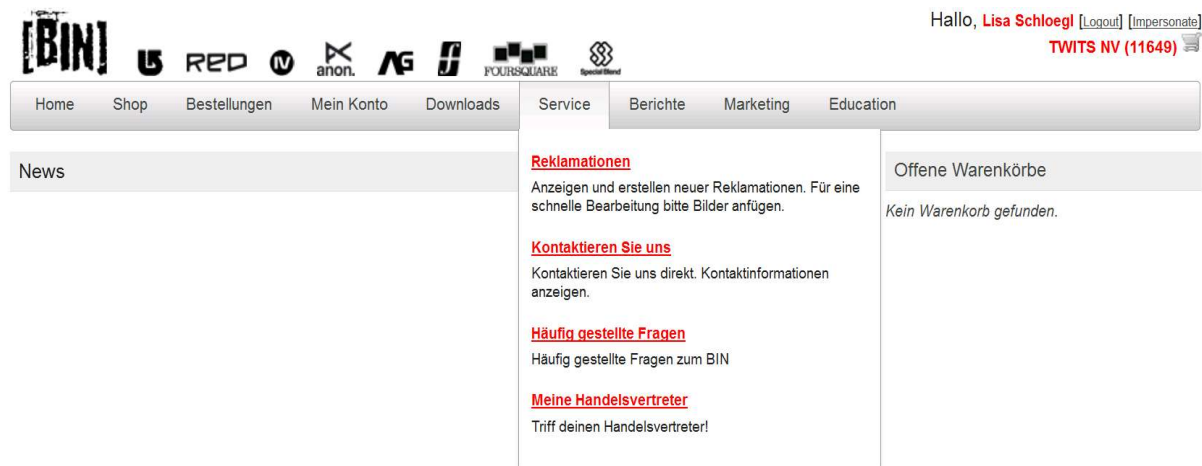
Der Unterpunkt „MEIN KONTO“ beinhaltet Informationen zu Rechnungen und den aktuellen Kontoauszug.

Weiters ist es möglich das Passwort zu erneuern.



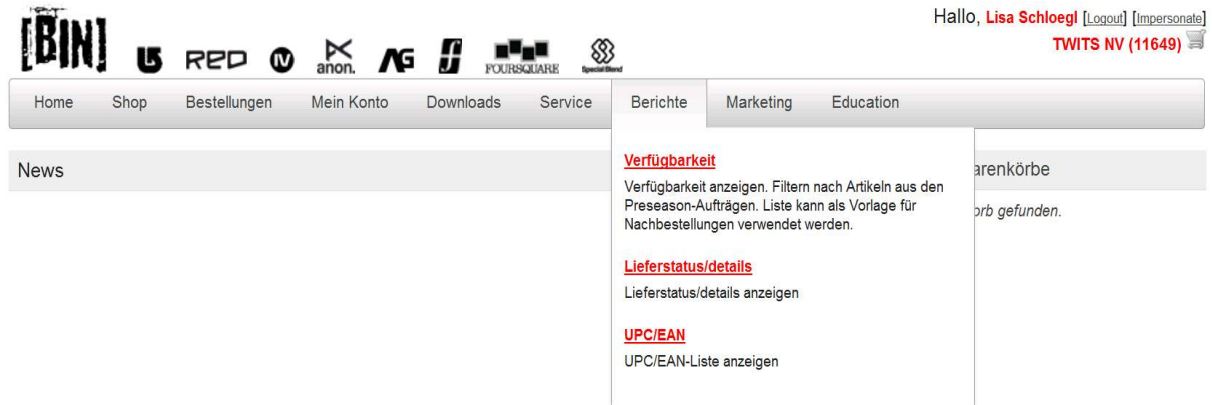
## SERVICE

Unter „SERVICE“ können Reklamationen angemeldet werden und sämtliche Kontaktdaten, sei es für den Dealer Service, den zuständigen Vertreter oder die Frequently Asked Questions (FAQ) gefunden werden.



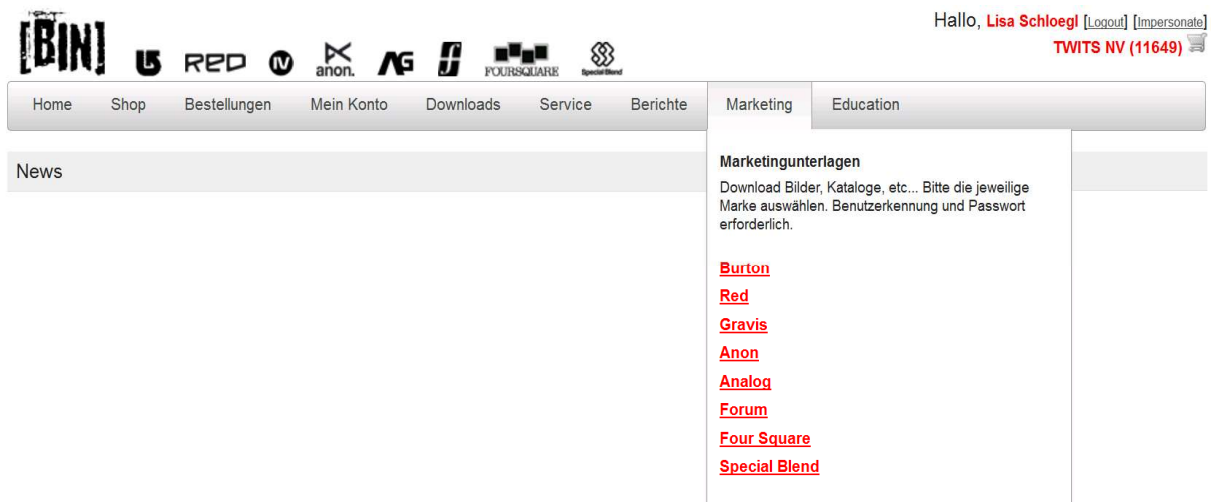
## BERICHTE

Möchte der Kunde auf einen Blick die Verfügbarkeit der Produkte sehen so kann er dies unter „BERICHTE“. Auch eine Liste der EAN-Codes und eine aktueller Lieferstatus können hier abgefragt werden.



## MARKETING

„MARKETING“ bieten eine Übersicht der Links zu den jeweiligen Servern die die Produkttexte und –fotos enthalten.



## DETAILIERTER EINBLICK IN DEN BIN

### SHOP

Hallo, **Lisa Schloegl** [Logout] [Impersonate]  
TWITS NV (11649)

Home Shop Bestellungen Mein Konto Downloads Service Berichte Marketing Education


Kataloge Burton Hardgoods Reorder


2013 Hardgoods


Material  Suchen


**Boards**  
LTD Collections (13)  
Men's Family Tree (5)  
Men's Springloaded (8)  
Men's Rocker (8)  
Men's Camber (7)  
Women's Springloaded (2)  
Women's Rocker (6)  
Women's Camber (1)  
Youth (9)  
Rental (5)

**Bindings**  
LTD Collections (11)  
Men's EST (6)  
Men's ReFlex (6)  
Men's Dinghy (6)

  
**SHERLOCK BLACK JACK**  
278106  
€245.00

  
**NUG ASH**  
278077  
€205.00

  
**CUSTOM FV  
RESTRICTED**  
276093  
€280.00

  
**EASY LIVIN**  
276096  
€270.00

Klickt man unter SHOP auf den gewünschten Katalog der Marke, in diesem Falle BURTON, so gelangt man in den Webshop in dem die jeweilige Kategorie, die Saison und das Produkt ausgesucht werden kann.

In weiterer Folge funktioniert der BIN nach dem üblichen Einkaufswagen-Prinzip, das gewünschte Produkt wird angeklickt, die vorhandene Menge und der Lieferzeitraum dargestellt, man gibt die Menge ein und kann beliebig viele Artikel auch von anderen Kategorien und sogar Marken bestellen.

The screenshot shows the BIN online shopping interface. At the top, there is a navigation bar with links: Home, Shop, Bestellungen, Mein Konto, Downloads, Service, Berichte, Marketing, Education. The user is logged in as Lisa Schloegl (TWITS NV (11649)).

The shopping cart (Warenkorb) is titled "Custom FV - Thomas". It contains one item:

Farbe	Größe	Menge	Preis	Total
NO COLOR/151 (000)	151	1	€280.00	€280.00

Below the item, there is a link: [CUSTOM FV RESTRICTED \(276093\)](#).

The right side of the cart shows a summary (Bestellübersicht):

- Subtotal: €280.00
- Discounts: Artikel verbleibt im Warenkorb bis zur Abmeldung
- Steuer: Artikel verbleibt im Warenkorb bis zur Abmeldung
- Shipping/Handling: Artikel verbleibt im Warenkorb bis zur Abmeldung
- EST. TOTAL: €280.00

A warning message states: "Achtung: Eine Bestätigung der Ware erfolgt erst nach Orderabschluss." Below this are buttons: "Änderungen speichern" and "zur Bestellung".


Below the summary is a section for "Warenkorbübersicht" (Cart Overview) with the following details:






- PO/Name: \* Custom FV - Thomas
- Erstellt: 12.07.2012
- Expires: 19.07.2012
- Bestellart: Reorder/Closeout
- Sold-to: TWITS NV (11649)
- Lieferadresse: \* TWITS NV (52080)

A button "Warenkorb löschen" (Delete Cart) is located at the bottom right of this section.

Als Besonderheit hierbei gilt der sogenannte „PO NAME“ das bedeutet, dass der Kunde jeder seiner Bestellungen einen eigenen Namen geben kann. Oft haben Shops ein eigenes Bestellsystem und verwenden eine fortlaufende Nummer damit die Bestellung sofort zugeordnet werden kann wenn sie geliefert wird. Oder der Name und die Telefonnummer des Kunden der die Ware über den Shop bestellt hat werden eingegeben, damit dieser gleich kontaktiert werden kann.

The screenshot shows a modal dialog box titled "Bezeichnung für neuen Warenkorb:" (Name for new shopping cart:). It contains a text input field with the value "PO/Name: \* Custom FV - Thomas". Below the input field are two buttons: "Erstellen" (Create) and "Löschen" (Delete). The background shows a partial view of the shopping cart interface with the item "CUSTOM FV RESTRICTED (276093)" and its price "€280.00".



Halo, Lisa Schloegl [Logout] [Impersonate]  
**TWITS NV (11649)**

---

[Home](#) | 
 [Shop](#) | 
 [Bestellungen](#) | 
 [Mein Konto](#) | 
 [Downloads](#) | 
 [Service](#) | 
 [Berichte](#) | 
 [Marketing](#) | 
 [Education](#)

Warenkorb
Abmelden

### Auftragsinformation

**PO#:** Custom FV - Thomas

**gewünschtes Lieferdatum:**

### Lieferinformation

Sold-to:	TWITS NV (11649)
Lieferadresse:	TWITS NV (52080) PARUSSTRAAT 52 LEUVEN, 02 3000

### Zahlungsinformation

Zahlungsart : Rechnung

### Produktinformation

Material #	Beschreibung	Menge	Bruttopreis	Nettopreis
276093	CUSTOM FV RESTRICTED	1	€280.00	€266.00

### Bestellübersicht

Subtotal:	€280.00
Discounts:	-€14.00
Steuer:	nicht verfügbar
Shipping/Handling:	nicht verfügbar
<b>EST. TOTAL:</b>	<b>€266.00</b>

« zum Warenkorb
Auftrag erstellen

30

Als zusätzliche Bestätigung erhält der Kunde ein E-Mail mit einer Auftragsbestätigung im PDF Format wo wiederum alle Details noch einmal aufgelistet werden.

COMPANY  
BURTON SPORTARTIKEL GMBH  
BURTON SPORTARTIKEL  
HALLER STRASSE 111  
6020 INNSBRUCK  
UID-Nr. DE812922099



## ORDERBEVESTIGING 65275855

Bladzijde 2 / 3

Uitgedrukt op: 12.07.2012  
Dokument datum: 12.07.2012

Opdrachtgever: **11649**  
TWITS NV  
PARISSTRAAT 44  
3000 LEUVEN  
BELGIEN

Leveradres: **52080**  
TWITS NV  
PARISSTRAAT 52  
3000 LEUVEN  
BELGIEN  
BELGIUM

Rekeningsadres: **11649**  
TWITS NV  
PARISSTRAAT 44  
3000 LEUVEN  
BELGIEN  
UID-Nr. BE0461909347

Bestelling: Custom FV - Thomas  
Levertermijn: 12.07.2012 - ZOR  
Opmerkingen:

Betalingsconditie's: ZN/30 30 dagen netto  
Leveringsafspraken: DDP

Pos.	BurtonMat#	Klant art. nr.	Omschrijving	Aantal	EUR per eenheid	Korting %	Korting R	EU	Produktwaarde EUR
0100	276093-000151		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/151	1,0 ST	280,00	5,00-		14,00-	266,00
<b>Tussensom levering</b>									<b>14,00-</b>
<b>Delivery of goods only against the attached Standard Conditions of Business (version FY10)</b>									<b>266,00</b>

TOTAAL WAARDE 14,00- 266,00  
TUSSEN SOM 266,00

Met vragen aub Dealer Service Burton bellen:

Customer Service (toll-free)  
Phone number 00800 372 878 66  
Telefax +43 512 230 - 991

TOTAAL WAARDE PRODUCTEN EUR 266,00

Ersatzteile können auch einfach über den Webshop bestellt werden. Hier ist es oft schwierig weil jede Firma ihre eigenen Bezeichnungen hat und diese auch in den verschiedenen Sprachen variieren können.

Daher hat Burton um seinen Händlern die größtmögliche Hilfe zu sichern jedes Teil fotografiert und benannt, alles was man jetzt noch tun muss ist die Bindungen auszuwählen und auf das Ersatzteil zu klicken um es bestellen zu können.

## BESTELLUNGEN

Damit Kunden über ihre Bestellungen, die sie entweder über den BIN oder auch per E-mail oder telefonisch über den Dealer Service im Büro in Innsbruck tätigen, den Überblick behalten können sie diese unter „Bestellungen“ einsehen.

Entweder durch eine grobe Suche wie z. B. alle Nachbestellungen oder aber auch durch einschränken der Lieferadresse (falls ein Händler mehrere Shops hat); durch begrenzen des Zeitraumes oder an Hand der Bezeichnung also des PO Namen der schon früher erwähnt wurde.

Hallo, **Lisa Schloegl** [Logout] [Impersonate]  
TWITS NV (11649)

Home Shop **Bestellungen** Mein Konto Downloads Service Berichte Marketing Education

Bestellungen
Reorder/Closeout

**Suche**

**Aufträge**

sortiert nach: **Bestellnummer** Richtung: **absteigend**

**Bestellart:**  

Reorder/Closeout

**Brand:**  

alle

**Lieferadresse:**  

alle

**Zeitraum:**  

☐ letzte Woche
☐ letzten Monat
☐ letzten 3 Monate
☐ letzten 6 Monate
☒ letzten 12 Monate
☐ letzten 18 Monate
☐ benutzerdefiniert ...

Suchen

Suche anhand von  
Auftragsbezeichnung

Bestellnummer	PO	Lieferadresse	Bestelldatum	Status	Total
<a href="#">986538</a>	REF 3098046	52080	23.11.2011	Completed	€4.140.00
<a href="#">977796</a>	board bag	52080	15.11.2011	Completed	€101.65
<a href="#">970519</a>	Mansfield wallet	52080	07.11.2011	Completed	€9.97
<a href="#">970288</a>	AG ACETATE PT	52080	07.11.2011	Completed	€109.10
<a href="#">964429</a>	Filter LX mens	52080	31.10.2011	Completed	€29.50
<a href="#">961693</a>	Trace + Summit	52080	27.10.2011	Completed	€107.70
<a href="#">953678</a>	Mascis longboard	52080	17.10.2011	Completed	€61.00
<a href="#">950637</a>	Rampant	52080	12.10.2011	Completed	€95.00
<a href="#">949706</a>	pack	52080	11.10.2011	Completed	€39.90
<a href="#">945387</a>	Lambsbread Mitt	52080	05.10.2011	Completed	€95.00
<a href="#">943833</a>	RED Early Release	52080	03.10.2011	Completed	€202.50
<a href="#">943831</a>	STANDING SIDEWAYS DV	52080	03.10.2011	Completed	€47.50
<a href="#">942067</a>	pant	52080	29.09.2011	Completed	€67.45
<a href="#">942064</a>	FILTER DLX MNS	52080	29.09.2011	Completed	€540.40
<a href="#">933996</a>	Minx Fleece	52080	14.09.2011	Completed	€116.85
<a href="#">930831</a>	Slymz Leather	52080	07.09.2011	Completed	€36.40
<a href="#">924025</a>	Method Jacket	52080	24.08.2011	Completed	€71.72
<a href="#">918727</a>	Grail	52080	16.08.2011	Completed	€142.50
<a href="#">918015</a>	Wheelie Flyer	52080	12.08.2011	Completed	€192.37
<a href="#">917574</a>	Rieder	52080	11.08.2011	Completed	€49.29
913916	Decks	52080	08.08.2011	Completed	€1.190.51

Sieht man in der Spalte „Status“, dass die Bestellung „completed“ ist bedeutet dies, dass sie bereits verarbeitet und geschickt wurde.

Klickt man nun auf die Bestellnummer gelangt man auf den Lieferstatus und den dazugehörigen Informationen wie Versanddatum, ungefährender Liefertermin und die Trackingnummer die einen direkt auf die Homepage des Spediteurs leitet auf der man die Lieferung verfolgen kann sobald sie das Lager verlassen hat.




























## MEIN KONTO

Ein weiteres wichtiges Tool des BINs ist der Kontoauszug auch Statement of Account genannt das den Kunden über seine derzeitigen Last- und Gutschriften gegenüber Burton Snowboards auf dem Laufenden hält.

Um jedoch die Privatsphäre und vertrauliche Informationen des Geschäftseigentümers zu schützen kann dieser selbst wählen ob diese Information im BIN ersichtlich ist oder nicht – diese kann nur vom Besitzer bzw. Bevollmächtigten über den Dealer Service ein oder ausgeschaltet werden.

Dadurch wird versichert, dass keine Informationen an Mitarbeiter oder sogar Außenstehende weitergegeben werden.



Hallo, **Lisa Schloegl** [Logout](#) [Impersonate](#)  
**TWITS NV (11649)**

Home Shop Bestellungen Mein Konto Downloads Service Berichte Marketing Education

Mein Konto Kontoauszug

Sold-to: 11649 Name: TWITS NV

Datum: 12.07.2012 derzeit fällig: €7,541.09

Credit Control Area: Credit control area : Europe

Typ	Transaktions #	Belegdatum	Fälligkeitsdatum	Betrag	Discount	diesen Monat fällig
IN	<a href="#">40754418</a>	22.06.2012	22.07.2012	€2,248.88	€0.00	€2,248.88
IN	<a href="#">40754045</a>	19.06.2012	19.07.2012	€3,250.74	€0.00	€3,250.74
IN	<a href="#">40754327</a>	18.06.2012	18.07.2012	€910.00	€0.00	€910.00
IN	<a href="#">40746677</a>	12.04.2012	31.07.2012	€107.87	€0.00	€107.87
IN	<a href="#">40746677</a>	12.04.2012	31.08.2012	€107.85	€0.00	€0.00
IN	<a href="#">40745674</a>	03.04.2012	31.07.2012	€65.81	€0.00	€65.81
IN	<a href="#">40745674</a>	03.04.2012	31.08.2012	€65.82	€0.00	€0.00
IN	<a href="#">40741840</a>	16.03.2012	31.07.2012	€50.29	€0.00	€50.29
IN	<a href="#">40741839</a>	16.03.2012	31.07.2012	€171.46	€0.00	€171.46
IN	<a href="#">40739600</a>	15.03.2012	31.07.2012	€30.36	€0.00	€30.36
IN	<a href="#">40738524</a>	05.03.2012	31.07.2012	€177.87	€0.00	€177.87
IN	<a href="#">40738523</a>	05.03.2012	31.07.2012	€359.30	€0.00	€359.30
IN	<a href="#">40737355</a>	01.03.2012	31.07.2012	€168.51	€0.00	€168.51

Rechnungen, Gutschriften und Lastschriften können auch unter dem Punkt „Mein Konto“ und „Rechnungen“ gesucht, eingesehen und ausgedruckt werden; entweder an Hand der jeweiligen Nummer oder auch mit der Liefernummer oder mit dem Datum.

Sollte es Probleme mit dem Passwort geben oder sollte ein Mitarbeiter das Geschäft verlassen und möglichst keinen Zugang zum BIN mehr haben kann das Passwort selbst zurückgesetzt werden – es muss einfach nur das alte und dann ein neues Passwort eingegeben und dieses noch einmal bestätigt werden.

The screenshot shows the top navigation bar of the BIN website with the logo and various partner logos (UB, RED, anon., AG, FOURSQUARE, Special Brand). The user is logged in as Lisa Schloegl (TWITS NV 11649). The main menu includes Home, Shop, Bestellungen, Mein Konto, Downloads, Service, Berichte, Marketing, and Education. The 'Mein Konto' section is active, showing a sub-menu with 'Passwort zurücksetzen'. The form for resetting the password is displayed, with fields for 'altes Passwort:', 'neues Passwort:', and 'neues Passwort bestätigen:'. A 'Senden' button is at the bottom.

Hallo, **Lisa Schloegl** [Logout] [Impersonate]  
TWITS NV (11649)

Home Shop Bestellungen Mein Konto Downloads Service Berichte Marketing Education

Mein Konto Passwort zurücksetzen

Passwort zurücksetzen

altes Passwort:\*

neues Passwort:\*

neues Passwort bestätigen:\*

Senden

Ein weiteres Feature ist die Rubrik „Präferenz“ die für Händler wichtig ist die den BIN als interaktives Sellingtool benutzen. Denn wenn er einem Kunden die aktuelle Verfügbarkeit eines Burton Produktes zeigen will, kann er dies direkt über den BIN tun und auf Grund seiner eingestellten Präferenzen wählen, ob dieser den Einkaufspreis, den Verkaufspreis oder beides sehen soll oder nicht.

The screenshot shows the same top navigation bar as the previous image. The user is still logged in as Lisa Schloegl. The main menu is the same. The 'Mein Konto' section is active, showing a sub-menu with 'Präferenzen'. The 'Preis' section is expanded, showing a form for 'Preise anzeigen:'. The form has three radio buttons: 'Einkaufspreis' (selected), 'Retail', and 'Preise ausblenden'. An 'Aktualisieren' button is at the bottom.

Hallo, **Lisa Schloegl** [Logout] [Impersonate]  
TWITS NV (11649)

Home Shop Bestellungen Mein Konto Downloads Service Berichte Marketing Education

Mein Konto Präferenzen

Preis

Preise anzeigen:

☒ Einkaufspreis

☐ Retail







☐ Preise ausblenden

Aktualisieren

## SERVICE

Ein großer Teil des täglichen Geschäftes der Burton Sportartikel GmbH sind Reklamationen. Um diese sowohl für den Händler als auch den Kunden schnell und reibungslos zu bearbeiten gibt es die Möglichkeit Reklamationen über den BIN anzumelden.

Dabei ist es wichtig, dass so viel Information wie möglich vom Händler übermittelt wird und der Kunde über eine gültige Rechnung für das Produkt verfügt. Auch ein Foto ist immer von Nöten da die Produktabteilung dadurch oft sofort feststellen kann ob es sich um eine legitime Garantie handelt oder nicht.



Hallo, **Lisa Schloegl** [\[Logout\]](#) [\[Impersonate\]](#)  
**TWITS NV (11649)**

HomeShopBestellungenMein KontoDownloadsServiceBerichteMarketingEducation

ReklamationenRA: 1000000033

Claim Id Reklamationsbezeichnung:	1000000033	PO:	Burton Shelter Jacket
Sold-to:	11649	Lieferadresse:	52080
Status:	nicht übermittelt	RA #:	
erstellt von:	Lisas	erstellt am:	2012-07-12
geändert von:	Lisas	zuletzt geändert:	2012-07-12

Bemerkungen hinzufügen:

Burton Shelter Jacket Black Medium - wasserdurchlässig und Materialfehler auf dem linken Ärmel - gekauft Jänner 2012 mit Rechnung

Artikel hinzufügenReklamation (RA) sendenReklamation (RA) löschen

001Foto hinzufügen...Artikel entfernen

Bitte geben Sie folgende Informationen an: Modell, Produktionsjahr, Produkt, Rechnungskopie, Seriennummer (für Boards).

Photo:\*

Durchsuchen...









Schadensbeschreibung:\*

Foto laden

Nach erfolgreicher Eingabe erhält der Händler eine Reklamationsnummer, die er gut ersichtlich auf das Paket schreiben muss.

Burton Snowboards bietet den Shops an den Transport von Reklamationsware zu übernehmen, dies funktioniert allerdings noch nicht automatisch; es muss ein E-Mail mit der Retourennummer an den jeweiligen Vertreter im Dealer Service geschickt werden der sich dann um die Abholung der Ware mit TNT kümmert.

Die häufig gestellten Fragen und Kontaktinformationen befinden sich auch unter der Rubrik „Service“ und es kann auch direkt ein E-Mail an den Dealer Service in Innsbruck geschickt werden.



Hallo, **Lisa Schloegi** [Logout] [Impersonate]  
TWITS NV (11649)

HomeShopBestellungenMein KontoDownloadsServiceBerichteMarketingEducation

ServiceKontaktieren Sie uns

**Kontaktieren Sie uns**

Wollen Sie uns kontaktieren? Bitte geben Sie ihre Nachricht in das dafür vorgesehene Feld ein und klicken Sie auf SENDEN. Sollten Sie Probleme mit der Website haben, bitten wir Sie um eine detaillierte Beschreibung.

Kontaktinformation

bis: Burton Dealer Service (EU)

Message:

Senden

**Kontaktdaten**










**BIN Troubleshooting/Feedback**  
Burton IBK  
Haller Strasse, 111  
6020 Innsbruck  
AUSTRIA  
Tel: +43 (0)512 230 5440  
Email: [binfeedback@burton.at](mailto:binfeedback@burton.at)

**Burton Dealer Service (EU)**  
Email: [dealer@burton.at](mailto:dealer@burton.at)

**Warranty**  
Burton Sportartikel GmbH  
Z.H. Warranty  
Hallerstrasse, 111  
6020 Innsbruck  
AUSTRIA  
Tel: 0043 (0) 512 230  
Email: [w48@eu.burton.com](mailto:w48@eu.burton.com)

**Warranty (France)**  
Christophe Gotti  
C. Services  
510 Rue des prés moulins  
74190 Passy  
FRANCE  
Email: [w48@eu.burton.com](mailto:w48@eu.burton.com)

## Hier eine Übersicht der FAQ



Hallo, **Lisa Schloegl** [\[Logout\]](#) [\[Impersonate\]](#)  
**TWITS NV (11649)**

HomeShopBestellungenMein KontoDownloadsServiceBerichteMarketingEducation

Häufig gestellte Fragen

[Things you might need to know about the new BIN.....](#)

**What is a valid password format?**  
Passwords should be at least 6 characters. Your new password must not match your previous password.

**How can I reset my password?**  
If you know your existing password, go to My Account > Password Reset and you can reset the password for your BIN account. If you don't know your password, there is an option to reset it through the Forgot My Password link on the login page.

**What do I do if I have a problem?**  
If you see any problems with the BIN, please send an email to [binfeedback@burton.at](mailto:binfeedback@burton.at) with as many details as possible.

**I have a customer in my shop and I want to show them the BIN. How do I hide wholesale pricing?**  
Go to My Account > Preferences, you can choose to display Retail pricing or no pricing at all. This will be valid for the current session only; wholesale pricing will be visible the next time you login.

**I just placed an order but my order details are not visible. What's the problem?**  
Normally, orders will process within a few seconds, but it could take more time if we are experiencing a high volume of orders.

**How long is my reorder basket valid for?**  
Reorder baskets will be saved for 7 days and will be deleted on day 8.

**Why do I have multiple baskets?**  
Multiple baskets allow you to store various products in separate baskets. This allows you to group orders almost any way you'd like. This allows you to, for example, create a preseason basket alongside a reorder basket and create the orders separately. Keep in mind, however, that just because you placed an item in a basket, does not mean the quantities have been confirmed. Only creating the order will confirm the quantities. Additionally, you cannot add preseason items to a reorder basket and vice versa.

## BERICHTE

Der BIN wird nicht nur von den Händlern die Burton vertreiben genutzt sondern auch von den Vertretern und Distributoren, daher ist eine wichtiger Punkt die aktuelle Verfügbarkeit, die unter „Berichte“ heruntergeladen werden kann.

Dabei kann die gewünschte Marke (in diesem Falle Burton) ausgewählt werden und noch weiter nach Kategorien gefiltert werden kann. Es kann auch zwischen der aktuellen und vergangenen Saisons unterschieden werden.

Hallo, Lisa Schloegl [Logout] [Impersonate]  
TWITS NV (11649)

Home Shop Bestellungen Mein Konto Downloads Service Berichte Marketing Education

Berichte Verfügbarkeit

Suche

Brand:  
Burton

Categories:

☐ BAGS ☐ BINDINGS  
☐ BOARDS ☐ BOOTS  
☐ FIRST LAYER ☐ GLOVES  
☐ HATS ☐ HG ACCESSORIES  
☐ LUGGAGE ☐ NON TECH FLEECE  
☐ OTHER ☐ OUTERWEAR  
☐ PROMO ☐ SG ACCESSORIES  
☐ STREETWEAR ☐ TECHNICAL FLEECE  
☐ TEE SHIRTS ☐ WARRANTY  
☐ ALLE ANZEIGEN

Saison:  
☒ aktuelle ☐ vergangene

Nur Artikel aus der Vororder?  
Ja ☒ Nein ☐

Options:  
☐ Ersatzteile anzeigen

Herunterladen

Durch diese Optionen können Vertreter die Verfügbarkeit als Sellingtool benutzen, da sie die Listen maßgeschneidert auf den Kunden anpassen können und dieser nur noch die Menge in die Liste eintragen muss.

Mat.#	Grid	Val	Beschreibung	EK	Curr	auf Lager	gewünschte	Lieferzeit	Saison	Kategorie	Gender	EAN	UPC	Image
276088	000158		FAMILY TREE FREEBIRD-NO COLOR/158	432.50	EUR	3			W13	BOARDS	MENS	9009004623599	88605783939	<a href="#">Click for image</a>
276088	000162		FAMILY TREE FREEBIRD-NO COLOR/162	432.50	EUR	8			W13	BOARDS	MENS	9009004623605	88605783940	<a href="#">Click for image</a>
276089	000148		FAMILY TREE SPLIFF-NO COLOR/148	378.50	EUR	8			W13	BOARDS	MENS	9009004623582	88605783938	<a href="#">Click for image</a>
276093	000151		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/151	280.00	EUR	6		4 Wochen	W13	BOARDS	MENS	9009004623315	88605783911	<a href="#">Click for image</a>
276093	000154		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/154	280.00	EUR	19			W13	BOARDS	MENS	9009004623322	88605783912	<a href="#">Click for image</a>
276093	000156		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/156	280.00	EUR	20+			W13	BOARDS	MENS	9009004623339	88605783913	<a href="#">Click for image</a>
276093	000158		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/158	280.00	EUR	20+			W13	BOARDS	MENS	9009004623346	88605783914	<a href="#">Click for image</a>
276093	00058W		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/158V	280.00	EUR	9			W13	BOARDS	MENS	9009004845731	80233103735	<a href="#">Click for image</a>
276093	000160		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/160	280.00	EUR	16			W13	BOARDS	MENS	9009004623353	88605783915	<a href="#">Click for image</a>
276093	00062W		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/162V	280.00	EUR	9			W13	BOARDS	MENS	9009004845748	80233103736	<a href="#">Click for image</a>
276093	000163		CUSTOM FV RESTRICTED-NO COLOR/163	280.00	EUR	3		1 Tag	W13	BOARDS	MENS	9009004623360	88605783916	<a href="#">Click for image</a>
276094	000125		CUSTOM SMALLS-NO COLOR/125	130.00	EUR	0		11 Wochen	W13	BOARDS	BOYS	9009004623261	88605783906	<a href="#">Click for image</a>
276094	000130		CUSTOM SMALLS-NO COLOR/130	130.00	EUR	0		11 Wochen	W13	BOARDS	BOYS	9009004623278	88605783907	<a href="#">Click for image</a>
276094	000135		CUSTOM SMALLS-NO COLOR/135	130.00	EUR	20+			W13	BOARDS	BOYS	9009004623285	88605783908	<a href="#">Click for image</a>
276094	000140		CUSTOM SMALLS-NO COLOR/140	130.00	EUR	20+		11 Wochen	W13	BOARDS	BOYS	9009004623292	88605783909	<a href="#">Click for image</a>

Will ein Kunde sehen welche Lieferungen noch ausstehen und welche er schon erhalten hat so kann er dies unter dem Punkt „Lieferstatus“ abfragen.

Dazu muss er nur seine Kundennummer auswählen, die jeweilige Lieferadresse (falls er mehrere hat), ob es eine Nach- oder Vorbestellung ist und welchen Zeitraum.

Hallo, **Lisa Schloegl** [Logout] [Impersonate]  
TWITS NV (11649)

Home Shop Bestellungen Mein Konto Downloads Service Berichte Marketing Education

Berichte Lieferstatus/details

Sold-to: 11649 - TWITS NV  
Lieferadresse: alle anzeigen  
Bestellart: Re-Order  
Auftrag: alle anzeigen  
Belegdatum: von: 2012-07-02 bis: 2012-07-21  
gewünschter Liefertermin: von: bis:  
Artikel anzeigen: ☒ Alle Artikel ☐ offene Artikel

Senden Herunterladen in eine Excel-Datei

Wenn alle Eingaben gemacht wurden erhält man folgende Übersicht

Hallo, **Lisa Schloegl** [Logout] [Impersonate]  
TWITS NV (11649)

Home Shop Bestellungen Mein Konto Downloads Service Berichte Marketing Education

Berichte Lieferstatus/details







[Show Search Criteria](#)

Bestellnummer	PO	Auftrag	Sold-to	Sold-to Name	Lieferadresse	Ship-to Name	Währung	bestellt	Lieferung verschoben	fakturiert	storniert/gelöscht	offen	% offen
<b>TOTAL:</b>								€8,014.77	€0.00	€8,014.77	€0.00	€0.00	0.0
1078890		AG Chino pant	11649	TWITS NV	52080	TWITS NV	EUR	€300.00	€0.00	€300.00	€0.00	€0.00	0.0
1083834		emboss belt	11649	TWITS NV	11649	TWITS NV	EUR	€10.15	€0.00	€10.15	€0.00	€0.00	0.0
1084625		Day Hiker 20L	11649	TWITS NV	11649	TWITS NV	EUR	€1,064.00	€0.00	€1,064.00	€0.00	€0.00	0.0
1091697		DIY Decks	11649	TWITS NV	52080	TWITS NV	EUR	€144.50	€0.00	€144.50	€0.00	€0.00	0.0
1098017		AWS DIY uncut deck	11649	TWITS NV	52080	TWITS NV	EUR	€86.70	€0.00	€86.70	€0.00	€0.00	0.0
65274611		sale	11649	TWITS NV	52080	TWITS NV	EUR	€4,160.98	€0.00	€4,160.98	€0.00	€0.00	0.0
65274761		analog sale	11649	TWITS NV	52080	TWITS NV	EUR	€2,248.44	€0.00	€2,248.44	€0.00	€0.00	0.0



Viele Händler sind mittlerweile schon mit eigenen Systemen zur Lagerhaltung und Fakturierung vernetzt so dass die Nachfrage nach EAN Codes immer mehr gestiegen ist. Über den BIN kann man einen Report laufen lassen, der die EAN Codes der jeweiligen Bestellung herunterlädt.

Dazu ist nur die Bestell- oder Liefernummer nötig und sobald die Liste aufscheint kann diese auch als Excel-Datei gespeichert werden und in das eigene Programm geladen werden.

Halo, **Lisa Schloegl** [Logout] [Impersonate]  
**TWITS NV (11649)**

[Home](#) [Shop](#) [Bestellungen](#) [Mein Konto](#) [Downloads](#) [Service](#) [Berichte](#) [Marketing](#) [Education](#)

[Reports](#) > [UPC Report](#) > [Preseason](#)

von:

bis:

Bestellnummer:

Bestellart:

[Senden](#)
[Herunterladen in eine Excel-Datei](#)

Mat.#	Grid	Full Mat.	Prod. Hier	Ph1	Ph2	Ph3	Material	Größe	Farbe	Farbbezeichnung	EAN	UPC	UPC w/Chk Dig.	Einkaufspreis	Retail	B
283499	0011SZ	2834990011SZ	30010920111582	APPAREL	HATS	CAPS	AWS PSYOPS SNAPBACK	1SZ	001	BLACK/1SZ FITALL	9009004945097	80233111430	802331114308	€12.50	€30.00	A V
283500	419L	283500419L	30011120241467	APPAREL	NON TECH FLEECE	HOODIES	AWS PSYOPS HDD PLVR	L	419	NAVY BLUE/L	9009004945059	80233111426	802331114261	€25.00	€60.00	A V
283500	419M	283500419M	30011120241467	APPAREL	NON TECH FLEECE	HOODIES	AWS PSYOPS HDD PLVR	M	419	NAVY BLUE/M	9009004945066	80233111427	802331114278	€25.00	€60.00	A V
283500	419S	283500419S	30011120241467	APPAREL	NON TECH FLEECE	HOODIES	AWS PSYOPS HDD PLVR	S	419	NAVY BLUE/S	9009004945073	80233111428	802331114285	€25.00	€60.00	A V
283500	419XL	283500419XL	30011120241467	APPAREL	NON TECH FLEECE	HOODIES	AWS PSYOPS HDD PLVR	XL	419	NAVY BLUE/XL	9009004945080	80233111429	802331114292	€25.00	€60.00	A V
283502	410L	283502410L	30011020572996	APPAREL	TEE SHIRTS	SS TEES	DROPPED - AWS SAD TAG SST	L	410	NAVY/L	9009004944816	80233111402	802331114025	€11.50	€27.00	A V

## MARKETING

Da eine Homepage in der heutigen Zeit einfach nicht mehr wegzudenken ist und man auch online präsent sein muss ist es wichtig auch die dazugehörigen Produktbeschreibungen also Texte und Fotos zu haben. Diese werden jede Saison auf einen so genannten Imageserver gestellt und die Händler können mittels Login und Passwort die Bilder und Texte downloaden.



## **VORTEILE & NACHTEILE DES BINs**

### **VORTEILE für Händler:**

- + Händler haben jeder Zeit Einsicht über die Verfügbarkeit, die Lieferzeit und den Preis der Produkte
- + Bestellungen können direkt eingegeben werden
- + Rechnungen, Auftragsbestätigungen, Gutschriften, Lastschriften und aktuelle Kontostände können eingesehen werden
- + Reklamationen können angemeldet werden
- + Lieferungen können nachverfolgt werden

### **NACHTEILE für Händler:**

- Bei Mengen von 1 oder 2 Stück kann es passieren, dass Artikel gleichzeitig eingegeben werden und für die letzte eingegeben Bestellung nichts mehr verfügbar ist
- Die technische Wartung findet in USA statt, d.h. oft müssen Händler mindestens 24 Stunden auf Antwort warten auf Grund der Zeitverschiebung

### **VORTEILE für Vertreter:**

- + Verfügbarkeitslisten können für Händler vorbereitet und genau angepasst werden
- + Bestellungen können im Auftrag der Händler eingegeben werden
- + Vorbestellungen für die nächste Saison können an Hand von Excel-Dateien hochgeladen werden

### **NACHTEILE für Vertreter:**

- Es besteht keine Möglichkeit die Kontoauszüge der Händler einzusehen; Vertreter wissen oft über die Zahlungsschwierigkeiten nicht bescheid

### **VORTEILE für Mitarbeiter der Burton Sportartikel GmbH:**

- + es kann alles über SAP im Vorhinein programmiert und eingegeben werden (wie z.B.: Preise in EUR, CHF, SEK und GBP; der richtige Discount; das Lieferdatum; etc.)
- + innerhalb des gleichen Werktages können Mitarbeiter im Dealer Service etwaige Fehler in Bestellungen ausbessern oder Bestellungen ändern

## AUFGABEN DES DEALER SERVICE

Für die Firma Burton Snowboards wird SERVICE, egal ob für Händler, Endkonsumenten, Teamfahrer oder sogar ihre Mitarbeiter, groß geschrieben. Ein wichtiger Bereich davon ist der Kundenservice für unsere Händler der vom sogenannten Dealer Service übernommen wird.

Jeder Repräsentant im Dealer Service übernimmt gewisse Länder die er zu betreuen hat und ein extra Bonus ist dabei, dass es sich immer um Native Speaker handelt. Deshalb ist es nicht ungewöhnlich, dass zur Hauptsaison ca. 15 Personen in der Abteilung Dealer Service arbeiten und davon 11 aus den verschiedensten Ländern Europas stammen.

Unter die Aufgaben eines Dealer Service Rep fällt im groben die Betreuung der Händler und Geschäfte seines jeweiligen Landes. Nehmen wir zum Beispiel Großbritannien und Schweden die zusammen betreut werden, darunter fallen insgesamt 215 Shops in Großbritannien und 237 in Schweden.

Der Alltag besteht aus Verfügbarkeiten überprüfen, Bestellungen eingeben, Last- und Gutschriften erstellen, Lieferungen verfolgen, Reklamationen anmelden und abholen und generelle Fragen, Beschwerden und Wünsche über Telefon und E-Mail entgegen zu nehmen.

Die detaillierten Aufgaben variieren von Monat zu Monat, je nach dem in welchem Abschnitt der Saison man sich befindet. Das heißt, dass von Jänner bis März Vorbestellungen für die nächste Saison eingegeben und kontrolliert werden; im April bis Mai die Auftragsbestätigungen überprüft und an die Händler geschickt werden; im August schon die ersten großen Lieferungen verschickt werden; im September, Oktober und November die meisten Nachbestellungen eingegeben werden; im Dezember das Weihnachtsgeschäft beginnt und im Jänner und Februar schon wieder die neue Saison wieder beginnt.

Im Dealer Service muss man – wie in wahrscheinlich jedem Kundendienst – ein dickes Fell haben und sich zu helfen wissen. Kunden können manchmal laut und unhöflich werden und es liegt an einem die Fassung zu bewahren und immer höflich, aber auch bestimmt zu bleiben. In der Snowboardbranche ist dies jedoch eher der Einzelfall und es bilden sich teilweise Freundschaften die sich auch nach der Zusammenarbeit weiterentwickeln, da man sich häufig auch persönlich auf Messen, Festen oder diversen Veranstaltungen am Berg kennenlernt.

### **Vorteile des Dealer Service**

- + Gutes Team, mit freundlichen Leuten die laufend geschult werden
- + Persönlicher Kontakt
- + Beratung und schnelle Hilfe
- + Problemlösung meist einfacher

### **Nachteile des Dealer Service**

- Kein 24-Stunden-Service
- Dealer Service arbeitet nicht an Feiertagen
- Unterschiedliche Öffnungszeiten der verschiedenen Länder (Spanien bis 20.30 Uhr, Büro in Österreich schließt um 18.00 Uhr)
- In der Hochsaison manchmal lange Wartezeiten am Telefon

# B2B MARKETING

## Was ist B2B Marketing?

### Die Definition:

Unter den Begriff des Business-to-Business-Marketings fallen alle an Industrieunternehmen, staatliche Organisationen sowie Handels- und Dienstleistungsunternehmen gerichtete Absatzprozesse sowie alle Bereiche des Marketings, die nicht zum Konsumgütermarketing gehören bzw. sich nicht direkt an private Endabnehmer wenden.

Das heißt auf beiden Seiten stehen kommerzielle und keinesfalls private Anbieter bzw. Abnehmer.

Hierzu eine Abbildung (Abb. 1) der wesentlichen Merkmale und Besonderheiten des B2B-Marketings (vgl. Godefroid/Pförtl 2008, S.21 ff; Backhaus/Voeth 2010, S.7. ff)



### **Der Markt:**

Die Business-to-Business-Märkte lassen sich durch Anbieter-Nachfrager-Verhältnisse wie folgt unterscheiden:

- Sie sind häufig stark segmentiert, dementsprechend sind die ausgetauschten Produkte und Leistungen sehr stark individualisiert.
- Das Verhältnis zwischen Anbieter und Nachfrager ist eher vertraut und längerfristig, man kennt sich und gleichzeitig sind an den Entscheidungs- und Geschäftsprozessen mehrere Personen beteiligt.
- Die Aktivitäten innerhalb der Organisation und Geschäftsbeziehung verlaufen stark routiniert ab.

### **Die Produkte & Leistungen:**

Im B2B-Marketing sind die Produkte und Leistungen sehr vielgestaltig und meist werden sogar Kombinationen aus den verschiedenen Güter- bzw. Leistungsarten angeboten.

Sogenannte Leistungsbündel bestehen aus dem eigentlichen Produkt plus einem umfassenden Service wie Beratung, Installation, Wartung etc.

### **Typologie:**

Es gibt viele Typologien z.B. von Richter, Plinke, Backhaus, Engelhardt oder Weiber/Adler.

Ich möchte näher auf die Typologie von Plinke eingehen, da diese am ehesten mit der Burton Sportartikel GmbH übereinstimmt.

Plinke geht davon aus, dass das Absatzverhalten der Anbieter und das Beschaffungsverhalten der Nachfrager situationsbezogen von zwei grundsätzlichen Alternativen beeinflusst wird:

- Von den Bedingungen des Einzelgeschäftes – Transaction Buying und Transaction Selling und
- von dem fortlaufenden Prozess im Rahmen einer Transaktionsfolge, die auf Geschäftsbeziehungen beruht – Relationship Buying und Relationship Selling.

Die Gründe zur Unterscheidung der beiden Alternativen sind:

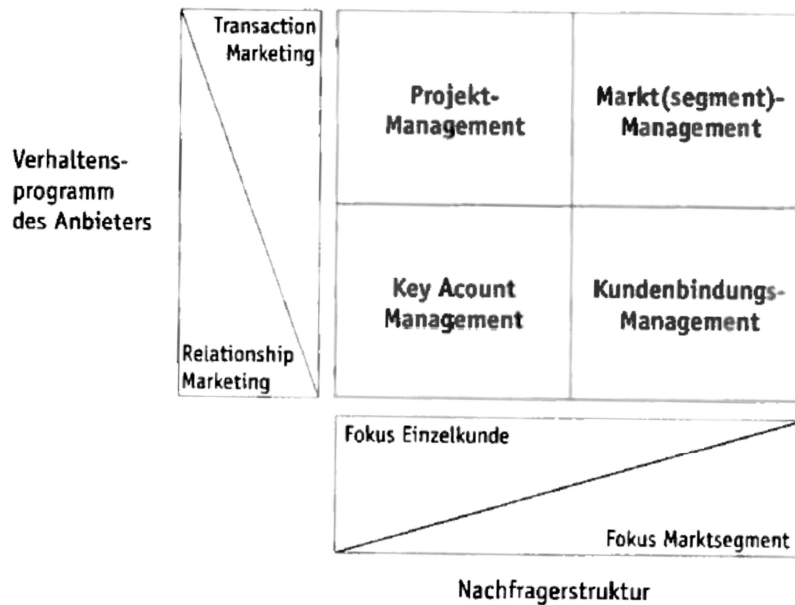
- Die Häufigkeit der Kaufentscheidung
- Die Spezifität der Kaufentscheidung
- Die Unsicherheit bei der Kaufentscheidung

Relationship Marketing ist vorteilhaft je häufiger Transaktionen erfolgen, je höher der Spezifikationsgrad des Objektes und je höher der Unsicherheitsgrad ist, denn das bedeutet eine wiederkehrende Geschäftsbeziehung zwischen Anbieter und Nachfrager.

Im Gegensatz dazu ist Transaction Marketing sinnvoller je weniger Transaktionen stattfinden, je niedriger die Spezifität des Kaufobjektes und je geringer die Unsicherheit ist.

Die Kombination von Transaktionshäufigkeit und Nachfragestruktur lässt Plinke auf Vier Transaktions- bzw. Geschäftstypen ableiten.

Siehe Abbildung 2 „Typologie des B2B-Marketing nach Plinke“



Quelle: in Anlehnung an Plinke 1997, S. 15

- **Projekt-Management:**  
Einzelne Transaktionen mit Einzelkunden
- **Markt-Management:**  
Einzelne Transaktionen werden an anonymen Markt gerichtet und es entstehen keine Bindungen. Der Anbieter ist nur am Absatzvolumen interessiert.
- **Kundenbindungs-Management:**  
Wiederholte Transaktionen finden statt. Engere Bindungen entstehen.
- **Key Account Management:**  
Wiederholte Transaktionen finden statt und es handelt sich um hohe Transaktionsvolumen.



### **Kauftypen:**

Die Art und Bedeutung des Produktes oder der Dienstleistung spielt eine große Rolle um das Verhalten des Nachfragers einordnen zu können.

Man arbeitet dabei mit folgenden Kriterien:

- Wert des Objektes
- Kaufanlass
- Wiederholungsgrad
- Produkttechnologie

### **Kaufphasen:**

In der Literatur werden zur Beschreibung der Beschaffungsprozesse verschieden Phasenmodelle vorgeschlagen, z.B. von Richter, Robinson und Backhaus/Voeth.

Robinson geht von einem 8-Phasen-Modell aus:

1. Phase: Erkennen des Problems und der Lösung
2. Phase: Bestimmung der Produkteigenschaften- und Mengen
3. Phase: Beschreibung der Produkteigenschaften
4. Phase: Suche und Beurteilung möglicher Lieferanten/Produzenten
5. Phase: Einholen und Bewerten der Angebote
6. Phase: Auswahl des Lieferanten/Produzenten
7. Phase: Verhandlung und Abwicklung
8. Phase: Leistungsfeedback

Backhaus/Günther hingegen gehen von 5 Phasen aus:

1. Phase: Voranfragephase – Problemerkennung, Produkteigenschaften festlegen, Angebotsausschreibung,
2. Angebotserstellungsphase – Aufgabe des Anbieters Angebote zu erstellen
3. Kundenverhandlungsphasen – Angebote werden inhaltlich und finanziell verhandelt und der Auftrag seitens des Nachfragers vergeben
4. Abwicklungsphase – Zeit von Auftraggebung bis Lieferung
5. Gewährleistungsphase – nötige Anpassung oder Ausbesserungen

### Kaufentscheidungen:

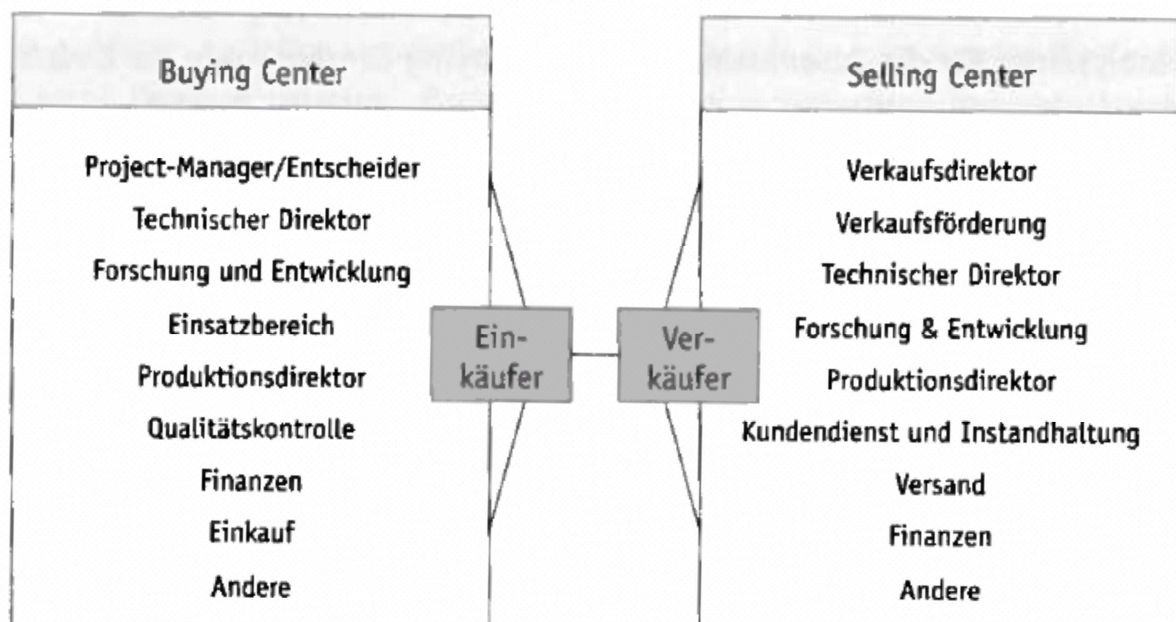
Die Kaufentscheidungen treffen meist mehrere Personen und wird als Buying Center oder Decision Making Unit bezeichnet.

Dabei können einzelne Personen mehrere Aufgaben wie z.B. Einkäufer, Benutzer, Beeinflusser und Entscheider übernehmen.

### Anbieterverhalten:

Das Pendant zum Buying Center ist das sogenannte Selling Center. Die Mitglieder dieser Gruppe sollen den komplexen Anforderungen des Nachfragers gerecht werden und für etwaige Fragen, Wünsche oder Beschwerden zur Verfügung stehen, denn oft legen Kunden großen Wert auf einen Partner auf gleicher Augenhöhe die eine adäquate Position inne haben.

Hierzu die Abbildung 3 die die Funktionen in einem Buying und Selling Center gegenüberstellt.



Quelle: Richter 2001, S. 79; dort in Anlehnung an Puri/Korgaonkar 1991, S. 314

### **Bindungsinstrumente:**

Ziel des B2B-Marketings ist es eine funktionelle Beziehung zu seinem Partner herzustellen das Mittels folgender Instrumente möglich ist:

#### *Vertragliche Bindung:*

- Langfristige Liefer-/Abnehmerverträge
- Rahmenverträge
- Exklusivverträge
- Just-in-Time – Systeme
- Wartungs- und Reparaturverträge
- Rabattsysteme und finanzielle Anreize

#### *Technologische Bindungen:*

- Alleinstellungen
- Systembindungen
- Computerized Buying
- Gemeinsame Technologien

### *Psychologische Bindungen:*

- Persönliche Beziehung
- Hilfestellung
- Gewohnheiten
- Vertrauen
- Sprachregelung

### *Institutionelle Bindungen*

- Kapitalbeteiligung
- Mandate in Aufsichtsgremien
- Tätigkeit in gemeinsame Verbänden

## Festlegung der Marketingstrategien

Die Marketingstrategie stellt die Verbindung zwischen den Marketingzielen und dem Marketingmix dar, dabei wird zwischen strategischer Planung und operativ-taktischer Planung unterschieden wie in Abbildung 4 zu sehen ist.

	<b>Strategie</b> <b>= Grundsatzregelungen</b> <b>(grundsätzliche Prädispositionen)</b>	<b>Taktik</b> <b>= operative Handlungen</b> <b>(laufende Dispositionen)</b>
<b>Merkmale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ strukturbestimmend</li><li>▶ echte (Wahl-)Entscheidungen</li><li>▶ mittel-/langfristig orientiert</li><li>▶ verzögert bzw. stufenweise wirksam</li><li>▶ schwer korrigierbar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ ablaufbestimmend (situativ)</li><li>▶ Routineentscheidungen</li><li>▶ kurzfristig orientiert</li><li>▶ »sofort« wirksam</li><li>▶ leicht korrigierbar</li></ul>
<b>Entscheidungssituation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ komplexes, schlecht strukturiertes Entscheidungsfeld</li><li>▶ heute werden (Grundsatz-) Entscheidungen für morgen getroffen</li><li>▶ ganzheitliches Denken notwendig</li><li>▶ makro-betonte, primär qualitative Betrachtungsweise</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ überschaubares, gut strukturiertes Entscheidungsfeld</li><li>▶ heute werden (Problemlösungs-) Entscheidungen für heute getroffen</li><li>▶ partikulares Denken steht im Vordergrund</li><li>▶ mikro-betonte, primär quantitative Betrachtungsweise</li></ul>
<b>Grundorientierung insgesamt</b>	Effektivitätskriterium »Die richtigen Dinge machen.«	Effizienzkriterium »Die Dinge richtig machen.«

Quelle: in Anlehnung an Becker 2009, S. 143

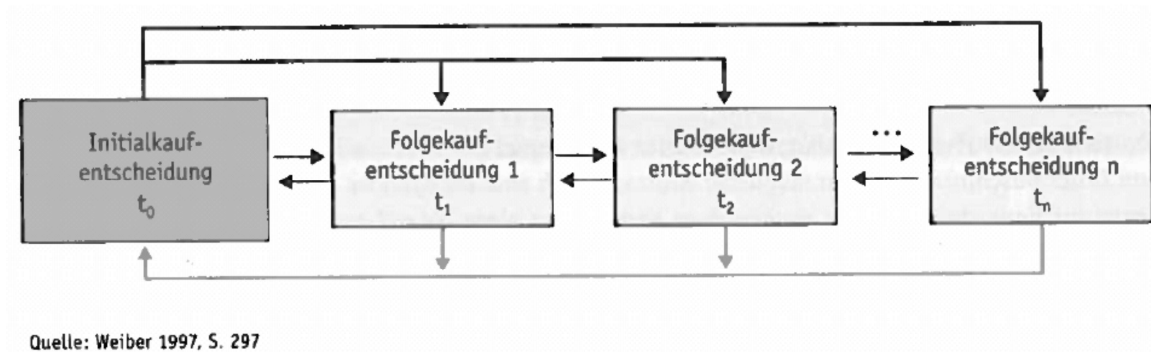
Dabei gilt es zu unterscheiden ob man in einem bestehenden (also Marktdurchdringung oder Produktentwicklung) oder neuen Markt (Marktentwicklung oder Diversifikation) interessiert ist.

Teilweise sind die Grenzen zwischen den Märkten fließend sodass eine Maßnahme zwischen zwei Feldern platziert werden kann z.B. ein sogenanntes Me-Too-Produkt, das sowohl als eine Maßnahme der Marktdurchdringung als auch der Produktentwicklung gilt.

## Marketingmix:

Bestehend aus Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik spielt der Marketingmix auch im Business-to-Business-Marketing eine wichtige Rolle. Hierbei werde ich näher auf den Marketingmix im Systemgeschäft eingehen.

Zur Erklärung des Systemgeschäftes hier eine Abbildung:



Als Anbieter muss man von einer Initialkaufentscheidung ausgehen und dann folgt eine sukzessive Beschaffung weiterer Systembestandteile und man erhält dadurch eine Folgekaufentscheidung.

Durch die hohe Bindung an den Anbieter kann für den Nachfrager eine hohe Unsicherheit entstehen, da dieser die Abhängigkeit ausnutzen könnte und z. B. Preise erhöhen, die Qualität verringern oder die Lieferungen verzögern.

## **Das Internet:**

B2B-Marketing kann ohne das Internet so gut wie nicht mehr funktionieren. Die Rolle des Internets kann aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden:

Im Verkauf haben sich E-Commerce Möglichkeiten über eigene Shops entwickelt, die entweder parallel zum oder sogar als Ersatz des klassischen Vertriebsweges eingesetzt werden.

Neue B2B Geschäftsmodelle wurden durch das Internet entwickelt und revolutioniert und vor allem E-Markets, elektronische Kataloge und Fachportale sind nicht mehr wegzudenken.

In der Kommunikation führen Websites, Newsletter, Facebook-Fanseiten und Weblogs zu immer mehr Aufmerksamkeit die auch dem B2B-Marketing sehr zugute kommen.

## **E-Commerce:**

Unter E-Commerce fällt jegliche Unterstützung und Abwicklung mit Hilfe elektronischer Kommunikationsnetze in der Beziehung zwischen Anbieter und Nachfrager.

B2B/E-Commerce – Geschäftsmodelle haben sich laut Schneider/Schnetkamp 2000 in drei grundlegende Stufen entwickelt:

Elektronischer Datenaustausch (EDI – Electronic Data Interchange) ist die einfachste Form – sie umfasst den direkten Austausch von Daten zwischen verschiedenen Computeranwendungen. Es war die wichtigste Form des Datenaustausches und Geschäftsverkehrs vor dem World Wide Web.

Elektronische Kataloge – die Kataloge werden vom Anbieter ins Web gestellt und dem (potenziellen) Kunden zur Verfügung gestellt.

Elektronische Marktplätze – umfassende Geschäftsmodelle im Internet; der Zugang ist für mehrere Käufer, Verkäufer und Dienstleister gedacht.



## **Warum ist B2B-Marketing so wichtig?**

In den meisten Unternehmen gilt die Gewinn- und Umsatzsteigerung als das höchste Ziel.

Dabei sind die Qualität, der Preis, die Beschaffungsprozess, der Lieferprozess etc. wichtige Bestandteile des Erfolgs eines Unternehmens. Doch ein wichtiger Baustein oder Geschäftsprozess der oft dabei verloren geht oder an den gar nicht erst gedacht wird ist der Kunde und sein Problem das es zu lösen gilt.

Mit Hilfe des B2B-Marketings wird viel mehr auf den (potenziellen) Kunden eingegangen und die Beziehung und die Problemlösung viel besser erzielt.

In Zeiten der immer austauschbarer werdenden Produkte und Dienstleistungen und der sinkenden Möglichkeiten sich durch den Preis von seiner Konkurrenz abzuheben liegt es an dem Unternehmen sich besonders auf den Kunden zu konzentrieren, dessen Wünsche, Beschwerden und Anregungen ernst zu nehmen und auf eine langfristige, erfolgreiche Beziehung zu bauen.

Ob dies nun mit einer besonderen persönlichen Betreuung, speziellen elektronischen Vorteilen wie ein internes Netzwerk oder anderer Vorteile gegenüber dem Kunden geschieht liegt in der Hand des Anbieters.

## FAZIT

Der BIN ist mit Sicherheit ein gutes System um den Kunden von Burton Snowboards den bestmöglichen Service zu leisten. Es ist ein schnelles und übersichtliches Bestellsystem und garantiert dem Händler eine sofortige Erfüllung seiner Bedürfnisse, sei es eine Bestellung eingeben, eine Lieferung verfolgen oder eine Reklamation anmelden.

B2B und Online-Marketing wird in der Zukunft eine immer größere Rolle spielen und mit Hilfe des BINs ist der Kontakt zu den Kunden bereits gegeben. Doch das bedeutet nicht, dass man sich auf seinen Lorbeeren ausruhen kann, denn die Konkurrenz schläft nicht und die Anforderung der Händler auch nicht deshalb ist es wichtig, dass sich auch der BIN stetig weiterentwickelt, neue Technologien getestet und eingesetzt werden und man die Geschäftsbeziehungen pflegt.

Ich bin der festen Überzeugung, dass – gerade in der Snowboardbranche die vergleichsmäßig überschaubar ist und in der man sich gleich einmal kennt – die persönliche Betreuung von Kunden immer gefragt bleiben wird.

Es ist erwiesen, dass sich Probleme viel einfacher und schneller lösen lassen wenn man darüber spricht anstatt über E-Mail zu kommunizieren und dies ist das höchste Ziel einer Dienstleistungsabteilung: Rasche, unkomplizierte und effiziente Lösungen für seine Kunde zu finden.

Wichtig ist dabei natürlich auch das Feedback der Kunden das regelmäßig von den Vertretern oder der Verkaufsabteilung eingeholt und verwertet wird.

Burton Snowboards macht es durch seine angenehme Atmosphäre, den buntgemischten Mitarbeitern aus allen Kulturen und der Liebe zum Snowboarden sehr leicht seine Arbeitsstelle zu mögen und dadurch einen hervorragenden Job zu erledigen.

Wirtschaftlich gesehen befinden wir uns in sehr schwierigen Zeiten und die Sportbranche leidet darunter sehr. Man weiß nicht wie viele Kunden ihre Geschäfte schließen müssen bzw. wie viele neue Kunden man gewinnen kann. Der kommende Winter wird sicher eine schwierige Saison für alle Wintersportarten und es gilt diese so gut wie möglich zu überstehen.

Scarcity ist hier ein Wort das bei Burton sehr häufig in solchen Situationen fällt; Burton will damit verhindern den Markt mit seinen Produkten zu überschütten und dadurch einen Preiskamp zwischen den Geschäften zu forcieren. Und natürlich will Burton Snowboards nicht auf einem vollen Lager sitzen bleiben, deshalb wird in der Saison 2012/2013 so wenig Spielraum für Nachbestellungen wie möglich gelassen.

Ich bin der festen Überzeugung, dass Burton Sportartikel GmbH diese rauen Zeiten überstehen wird und schon bald wieder auf dem Weg nach oben ist. Denn nicht nur die Qualität der Produkte sondern auch die engagierten Mitarbeiter und den guten Ruf den Burton genießt werden dafür sorgen, dass Burton seine Marktanteile behalten kann bzw. schon bald wieder ausbauen kann.

## Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen und Fremdwörter

Etc.	Et Cetera
Usw.	Und so weiter
Bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
BIN	Burton Internal Network
R.E.D.	Rider Engineered Devices
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
NYC	New York City
NCAA	National Collegiate Athletic Association
VT	Vermont
UT	Utah
MI	Michigan
CO	Colorado
CA	Kalifornien
GA	Georgia
SIA	Snowsports Industries America
Outerwear	Bekleidung zum Snowboarden
Streetwear	Bekleidung für den Alltag
Footwear	Schuhe
Pick Up	Abholung
TNT	Thomas Nationwide Transport – Transportunternehmen
Dealer Service	Kundenservice
Retailer	Einzelhändler
Native Speaker	Muttersprachler
Dealer Service Rep	Kundenservicemitarbeiter
Feedback	Resonanz
Selling Tool	Verkaufswerkzeug
Flagshipstore	Vorzeigeladen
Competitions	Wettkämpfe
History Timeline	Zeitachse
FAQ	Frequently Asked Questions – häufig gestellte Fragen
Scarcity	Knappheit

# ERKLÄRUNG

In der vorliegenden Bachelorarbeit wird auf die Kombination von männlicher und weiblicher Form verzichtet. Die Autorin hält fest, dass in der gesamten Arbeit mit der männlichen Form Frauen und Männer gleichberechtigt gemeint sind. Hiermit erkläre ich an Eides statt, die Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet zu haben.

Die Abbildungen und die Erklärungen zu B2B Marketing stammen aus dem Buch „Business-to-Business-Marketing – Einführung für Studium und Beruf“ von Gordon H. Eckardt.

Die Daten bezüglich BIN und SAP wurden von mir intern ausgewertet und enthalten keine Information die der Firma Burton Sportartikel GmbH schaden könnte, die Veröffentlichung ist daher problemlos möglich.

# DANKSAGUNG

Ich danke hiermit meinen Eltern Anna und Klaus für die Unterstützung, nicht nur in finanzieller Hinsicht, die ich während des Studiums benötigte. Sie haben immer an mich geglaubt und mir Mut gemacht auch wenn es einmal nicht so rund lief.

Weiters bedanke ich mich bei meinem Arbeitgeber Burton Snowboards und hierbei vor allem bei Herman Kapferer für die Erlaubnis über die Firma zu schreiben und Tim Fuke für die notwendigen Daten über SAP und den BIN.

Danke an Frau Prof. Dr. rer. pol. Ulla Meister und Prof. Dr. Holger Meister für die Betreuung meiner Bachelorarbeit.

Und zu guter Letzt bedanke ich mich herzlich bei David Weinseisen für die motivierenden Worte, die Geduld während des Studiums und die etlichen Stunden Hundesitten während ich bei den Vorlesungen war.